



Julho/2016  
Nº 566 - Ano 53  
R\$ 5,00

# ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ

## OS NOVOS EMPREENDEDORES



MAIS ESTUDADOS E PREPARADOS QUE A GERAÇÃO ANTERIOR, JOVENS QUE ASSUMEM EMPRESAS FAMILIARES OU ABREM O PRÓPRIO NEGÓCIO INVESTEM EM REDES DE RELACIONAMENTOS E SE ESFORÇAM PARA GARANTIR INOVAÇÃO



LOJAS

SALAS DE  
CINEMA

PISOS DE  
ESTACIONAMENTO

400.000  
PESSOAS  
POR MÊS

PISOS LOJAS  
ÂNCORAS

NÃO SÃO SÓ  
OS NÚMEROS QUE  
IMPRESSIONAM, MAS  
O PRAZER DE FAZER  
PARTE DISSO TUDO.



**MARINGA PARK**  
VOCÊ FAZ PARTE DISSO TUDO

Av. São Paulo, 1099 - Maringá - PR | (44) 3366.2000



# ACIM

## Companhias anunciam novos voos

O número de voos que partem ou chegam a Maringá diminuiu quase 40% em um ano. Se em junho de 2015 foram feitos 898 pousos e decolagens no aeroporto local, em junho deste ano foram 540. Há cerca de dois meses o número de voos que partiam do aeroporto de Maringá com destino à capital paranaense caiu pela metade: de seis para três. No total, a cidade perdeu cinco voos, já que um ano antes, eram 17 voos diretos, e em maio deste ano eram 12. Com a crise que se instaurou no país, alta do dólar (que traz impacto direto na compra de combustível), entre outros fatores, as companhias decidiram alterar a malha aérea.

Com menos opções de voos e horários, o valor das passagens aumentou, e muito. Numa simulação de compra com três dias de antecedência da viagem, a ida e volta para Curitiba no mesmo dia custaria mais de R\$ 3 mil, praticamente o mesmo valor da compra, feita com os mesmos três dias de antecedência, com destino a Nova York, com ida num dia e retorno no outro. Isso sem contar que os usu-

ários do transporte aéreo reclamaram dos horários de retorno para Maringá, antes do final da tarde, o que impossibilita cumprir compromissos no horário comercial.

Avião deixou de ser um transporte para poucos. Pelo contrário, é um meio utilizado com mais frequência não apenas por pessoas que viajam a lazer, como por funcionários e executivos de empresas. Tanto que o número de embarques e desembarques no aeroporto de Maringá saltou de 831.134, em 2014, para 876.461, em 2015, ou seja, alta de 5,5%. Neste ano, o movimento tem sido inverso: nos cinco primeiros meses o número de embarques e desembarques foi de 324.958, contra 337.032 no mesmo período do ano passado.

Infelizmente Maringá não foi a única cidade a ser prejudicada pela mudança de malha aérea e redução de voos. A Faciap, outras entidades e o trade turístico de todo o Paraná organizaram reuniões com representantes das companhias para resolver o problema. A boa notícia é que as duas empresas que operam em Maringá anunciaram

novos voos: a Gol Linhas Aéreas passa a oferecer, no início de agosto, um voo de Curitiba com destino a Maringá às 23 horas e partida da Cidade Canção com destino à capital às 5 horas.

A Azul também anunciou novas operações com início em agosto. A empresa passará a operar o quarto voo de Curitiba para Maringá, com saída às 21h28. E partida de Maringá às 7h30.

Os novos voos são uma conquista. Além de prejuízos para os passageiros, a diminuição de voos ocasionaria perdas para empresas do setor turístico, como hotéis e restaurantes. Congressos e workshops poderiam deixar de ser realizados na cidade por falta de opções de voos. É que entre os requisitos analisados pelos organizadores de eventos de turismo de negócios está a malha aérea. E todo o trabalho de entidades, incluindo a ACIM, para impulsionar o turismo de negócios em Maringá estaria prejudicado.

// **José Carlos Valêncio** é presidente da Associação Comercial e Empresarial de Maringá (ACIM)

# CONCEPT DESIGN

UM NOVO CONCEITO DE PRIMEIRO APARTAMENTO.

Requinte dos grandes apartamentos de alto padrão,  
sem espaços privativos ociosos.

 ÓTIMA  
LOCALIZAÇÃO

Av. São Paulo, 3.103  
Entre o Parque do Ingá e a UniCesumar

**85 M<sup>2</sup>**  
área privativa

**3** dormitórios  
(1 suíte)

**2** vagas de  
garagem



## ÚLTIMAS UNIDADES DO EDIFÍCIO ÍCONE DE MARINGÁ

MAGNÍFICA VISTA PARA  
O PRINCIPAL CARTÃO  
POSTAL DA CIDADE

- 01 por andar;
- 340 m<sup>2</sup> privativos;
- 4 vagas;
- Pronto para morar;
- Excepcional localização.  
(Arthur Thomas com Av. Herval)





TERRAÇOS DE

Santorini

PRONTO  
PARA  
MORAR

**3 dormitórios** 1 suíte  
**2 ou 3 vagas** de garagem  
**103,71m<sup>2</sup>** privativos

ENTRE O **PARQUE DO INGÁ**  
E A **UNICESUMAR**

Expo  
design

VISITE DECORADOS:  
Av. São Paulo, 3019.  
Das 8 às 18h, inclusive  
domingos e feriados.

VENDAS

f/construtoradesign  
construtoradesign.com.br

INGAVILLE  
IMÓVEIS

3026 7675



design

3037 9700



PROJETO  
acreditado  
no Futuro

ENTREVISTA //



REPORTAGEM  
DE CAPA //



NEGÓCIOS //



Economista do Banco Votorantim, Roberto Padovani acredita que a retomada do crescimento do país virá em 2018, mas até lá "muita gente ainda vai perder o emprego"; ele também afirma que para o ajuste fiscal, será necessário aumentar impostos

A nova geração de jovens que decidem ter o próprio negócio ou assumem empresas familiares tem investido em capacitação e em inovação, como Mayara Colonhesi e Clara Zwecker, que formadas em Gastronomia, apostaram no Food Truck Boi da Cara Preta

Com vendas anuais de 200 a 250 veículos da Mercedes-Benz, a Divesa acredita que o potencial é dobrar este volume nos próximos anos; outras empresas apostam em clientes de alto poder aquisitivo e, com a crise, estão sofrendo menos impacto no faturamento

TERCEIRA IDADE //



A Viva Mais, de Dennis Niro, oferece um ambiente bem diferente de academias para que os idosos possam fazer atividade física; apostar neste nicho pode ser um bom negócio, já que a terceira idade no Brasil só tem crescido e deverá triplicar até 2050

GASTRONOMIA //



Luiz Paulo Parolin e Patrícia Pires Dagostin, do Nosso Churro, oferecem diversos sabores de recheio e cobertura de churros; outros empreendedores apostam na gastronomia e usam ingredientes especiais, atrelando a marca ao status de gourmet

ESPORTES //



Lucenir de Fátima Oliveira, do Ponto das Bicicletas, até tentou vender patins e skates, mas desistiu, porque este público prefere lojas especializadas em cada tipo de esporte; apostar em nichos tem sido a estratégia de outras empresas do segmento



ano 53 edição 566  
julho/2016

**nossa capa:**  
Factory Total

Clara Zwecker, Cleber Massago, Mayara Colonhesi, Ricardo Gambini Tortato, Ana Satie Kakhata, Cleyton Massago, Thábata Gaspar e Fabiano Massago



A CASA DO  
EMPREENDEDOR  
EM MARINGÁ

# Retomada do crescimento só em 2018

Para o economista do Banco Votorantim, que integrou o Ministério da Fazenda, inflação deve ficar próxima a 6,5% no ano que vem // **Rosângela Gris**

Depois de meses de recessão e pessimismo financeiro, a economia brasileira começa a dar sinais de recuperação. Para o economista Roberto Padovani, do Banco Votorantim, o Brasil vive um momento de estancamento da crise com o afastamento da presidente Dilma Rousseff (PT) e a posse do governo interino de Michel Temer (PMDB), e tem pela frente um longo e penoso caminho até a retomada do crescimento. "O país para de piorar em 2017 e volta a crescer em 2018", prevê.

Somando 20 anos de experiência, incluindo passagens pelo Banco WestLB e Ministério da Fazenda - na época do Plano Real -, o economista vê avanços na agenda apresentada pela atual equipe econômica e exageros na taxa de juros do Banco Central.

A atual conjuntura econômica e política do país foi tema da palestra proferida na sede da Associação Comercial, em 1º de junho, em virtude do lançamento da Profiter Consulting, empresa de consultoria que acaba de chegar a Maringá.

**É FATO QUE A ECONOMIA BRASILEIRA TEM SIDO PENALIZADA POR UMA CRISE DE CONFIANÇA E PELOS EFEITOS DA OPERAÇÃO LAVA JATO. O QUE PESOU MAIS PARA CHEGARMOS A ESSE CENÁRIO: A POLÍTICA ECONÔMICA EQUIVOCADA OU A GUERRA POLÍTICA?**

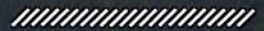
Começou com a questão econômica, que afetou o ambiente político.

Em 2015 já havia uma confusão entre os dois. Existia a crise política, que alimentava a crise econômica, e vice-versa. Hoje vivemos um momento de estancamento com a saída da presidente Dilma [Rousseff] e a posse do novo governo. É uma transição difícil no curto prazo, porém, agora a política deixa de ser a protagonista e o foco passa a ser a economia.

**“ Os setores industriais que exportam ou sofriam concorrência externa começam a renascer. Varejo, consumo doméstico e serviços não se recuperam de imediato, mas param de piorar, o que já é uma boa notícia. Bens duráveis devem demorar mais para se recuperar ”**



Walter Fernandes



#### QUEM É?

Roberto Padovani

#### O QUE FAZ?

É economista do Banco Votorantim

#### É DESTAQUE POR?

Foi assessor do Ministério da Fazenda durante a implantação do Plano Real



### **OUTRA MEDIDA ANUNCIADA PELO GOVERNO INTERINO É ESTABELECER UM TETO PARA OS GASTOS PÚBLICOS, QUE NÃO PODEM SER SUPERIORES À INFLAÇÃO DO ANO ANTERIOR, ALGO SEMELHANTE AO QUE FOI PROPOSTO PELA EQUIPE DE DILMA. QUAL A DIFERENÇA DAS DUAS PROPOSTAS?**

A ideia é a mesma, o mecanismo é diferente. Embora a equipe econômica anterior não tenha tido tempo de formalizar o projeto, a ideia era limitar os gastos, e ao atingir determinado nível, disparar gatilhos de correção para, por exemplo, reajustar salários de servidores e aposentados. Havia uma confusão jurídica sobre como seria feito o reajuste com a obrigação constitucional de gastar com certas despesas. A regra atual é um pouco mais simples. O limite é o mesmo com possibilidade de gastos semelhantes ao ano anterior corrigidos pela inflação. O que muda é que os ajustes dentro do limite permitido, que obviamente

te terão que ser feitos, serão arbitrados pelo Congresso, a quem caberá à decisão de gastar mais ou menos em saúde e educação.

### **A CPMF DEVE VOLTAR?**

Há divergência sobre o retorno da CPMF, há quem acredite não ser necessário. No entanto, os mecanismos de ajustes de despesas são lentos. A estratégia de ajuste fiscal no Brasil ainda depende, ao menos uma parte importante, do aumento de receita. Infelizmente a carga tributária é alta e complexa, e essa não é uma questão que será solucionada do dia para noite, principalmente no meio de uma crise fiscal. Logo, a realidade pede ajustes na despesa e também na receita, o que implica em aumento de impostos.

### **QUANDO O BRASIL DEVE RETOMAR O CRESCIMENTO?**

O Brasil para de piorar em 2017 e retoma o crescimento em 2018. É uma longa jornada ainda. Passamos por

um ciclo de muita euforia, cometemos excessos e agora estamos pagando. Famílias, governo e empresas se endividaram muito e é chegada a hora de poupar para pagar as dívidas.

### **É POSSÍVEL TRAÇAR UM CRONOGRAMA DE RETOMADA DE CRESCIMENTO POR SETORES?**

Os segmentos ligados à exportação devem se beneficiar neste primeiro momento. Os setores industriais que exportam ou sofriam concorrência externa começam a renascer. Varejo, consumo doméstico e serviços não se recuperam de imediato, mas param de piorar, o que já é uma boa notícia. Bens duráveis devem demorar mais para se recuperar.

### **ECONOMISTAS E INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS PROJETAM RETRAÇÃO DE 3,8% DO PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB) E INFLAÇÃO NA CASA DE 7% NESTE ANO. O SENHOR CONCORDA?**

Sou um pouco mais otimista. Acre-

dito que a retração do PIB será de 3,5%. Há consenso de que a história de 2016 ainda é de afundamento econômico, talvez mais no primeiro semestre do que no segundo. Neste ambiente, a inflação recua de um patamar absolutamente elevado, próximo a 11%, para próximo a 6,5%. É difícil prever índices, porque ainda há muita instabilidade com choque de preços agrícolas, impasses na política e pressão no câmbio. Fato é que a recessão favorece reajustes menores de preços à sociedade, portanto, inflação menor.

### **E OS JUROS DEVEM VOLTAR A CAIR?**

Imagino como taxa de juros neutra algo próximo a 10%, a taxa atual é 14,25%, muito mais alta do que o necessário para manter a atividade econômica. O Banco Central está travando a economia com esses níveis. Porém, acredito que por meio do encaminhamento de temas fiscais e da retomada da confiança na agenda econômica proposta pelo governo, estamos criando condições para que o Banco Central corte os juros e volte a estimular a economia.

### **QUAIS MEDIDAS AINDA PRECISAM SER TOMADAS NA POLÍTICA FISCAL?**

Existe consenso técnico do que precisa ser feito. O que não havia era condições políticas para implementar a agenda, e essa ainda é a discussão. O que o ministro Henrique Meirelles (da Fazenda) e sua equipe têm falado e anunciado é a opinião consensual de economistas de diferentes vertentes, pensamento e partidos políticos. Não se trata de um tema técnico, mas da capacidade do governo de convencer a sociedade



Walter Fernandes

do que precisa ajustar. O que está convencendo no momento é a crise.

### **QUAIS CONSELHOS O SENHOR DÁ PARA QUEM PENSA EM VIABILIZAR INVESTIMENTOS E EXPANDIR NEGÓCIOS POR MEIO DE FINANCIAMENTOS?**

É preciso esperar mais alguns meses, ao menos até a taxa de juros começar a cair e as reformas se encaminharem no Congresso. Só a partir daí é que a população pode começar a relaxar e retomar o consumo com cautela. Talvez o melhor termômetro no Brasil para quem não quer gastar tempo acompanhando noticiário econômico e político, é o dólar. Se a moeda norte-americana estiver oscilando estável, é um sinal de que as coisas estão indo para o rumo certo e os projetos de consumo e investimentos estão menos arriscados.

### **O DÓLAR TEM OSCILADO PRÓXIMO A R\$ 3,5 NAS ÚLTIMAS SEMANAS. ESSA DEVE SER A MÉDIA DA COTA-**

### **ÇÃO DA MOEDA AMERICANA PARA OS PRÓXIMOS MESES?**

O câmbio ficou muito instável em um período curto. Houve exagero por conta da crise política com o dólar cotado próximo a R\$ 4, mas isso deve ser resolvido. A cotação aceitável seria em torno de R\$ 3,4. Devemos ter um respiro agora, mas a tendência para os próximos meses ainda é de alta do dólar e desvalorização da moeda brasileira, porque o Brasil cresce pouco. Esses fatores não ajudam a nossa moeda. Obviamente, que isso ajuda o exportador e os empresários que sofriam muito com a concorrência dos produtos da China, como os setores têxtil e de móveis. O câmbio é importante para fazer com que o setor externo comece a puxar a nossa economia. Por outro lado, a desvalorização do Real deixa o país barato e obriga as empresas em dificuldades financeiras a negociar fusões, aquisições e a entrada de novos sócios com descontos.

### **O PAÍS FECHOU MILHARES DE EMPREGOS NOS ÚLTIMOS MESES. QUANDO AS EMPRESAS DEVEM VOLTAR A CONTRATAR?**

Tiveram excessos também no mercado de trabalho. Faltava mão de obra, a oferta era muito inferior à demanda. Profissionais foram contratados com salários muito altos, matando a rentabilidade e os investimentos das empresas. Precisamos reduzir o custo de produção, e isso pede mão de obra mais barata. Só que até esse processo acontecer é uma questão de anos. Imagino que teremos ciclos de queda consistente de desemprego a partir de 2018 e até 2020. Em 2016 e 2017 muita gente ainda vai perder o emprego. Embora agora haja perspectiva de melhora, ainda estamos no meio da crise.



**Ele não precisa  
de Unimed.  
Sua empresa sim.**

**Adesão a partir  
de 3 vidas**

Desconto especial  
para Associações  
Comerciais

Empresa  
**R\$ 53,29\***

Funcionário  
**R\$ 53,29\***  
+ coparticipação

Saiba mais em  
[unimedproempresa.com.br](http://unimedproempresa.com.br)



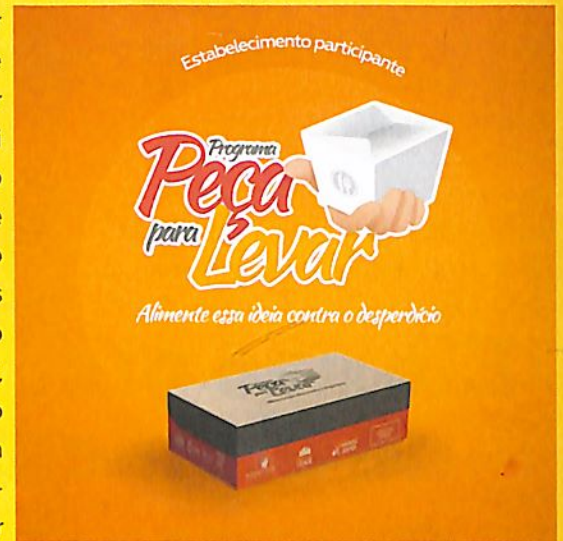
Vendas Próprias Unimed  
**44 3221-2722**  
Representante Autorizado de Vendas  
**44 2101-7600**

ANS - nº 371254

\* Valores para contratação do plano empresarial Pró-Empresa I e II, na faixa etária de zero a 18 anos, sendo o valor total da mensalidade de R\$ 106,58. Na simulação deste anúncio foi estimada a divisão de pagamento entre a empresa e o colaborador. Para empresas afiliadas, verifique junto a sua Associação Comercial as condições para contratação ou fale com os vendedores da Unimed ou representante autorizado de vendas. Campanha válida até 15/10/2016 para as novas comercializações do plano Pró-Empresa I ou II na contratação empresarial. Regras de admissão: titulares, cônjuges, filhos solteiros até 28 anos e dependentes legais. Demais dívidas, vide o contrato.

## PROGRAMA 'PEÇA PARA LEVAR' É LANÇADO

Sabe aquele prato saboroso que o cliente pediu e não consumiu por completo no restaurante? Um programa da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) Noroeste vai incentivar os clientes a levar para casa os pratos não consumidos. O programa "Peça para levar" foi lançado na sede da ACIM em 23 de junho para ajudar a diminuir o desperdício de alimentos e a geração de lixo orgânico. A intenção é que pelo menos cem empresas façam a adesão ao programa, adquirindo kits com caixa, descanso para copo, bôtons e folder, além de orientações para garçons e atendentes. Para os clientes, as embalagens não terão custo. "O próprio cliente poderá montar e arrumar o que deseja levar", ressalta a presidente da Abrasel Noroeste e proprietária do Boteco do Neco, Deborah Kemmer. Para aderir ao programa é preciso entrar em contato com a secretária executiva da Abrasel pelo telefone (44) 9964-7774 ou pelo e-mail [secretarianopr@abrasel.com.br](mailto:secretarianopr@abrasel.com.br)



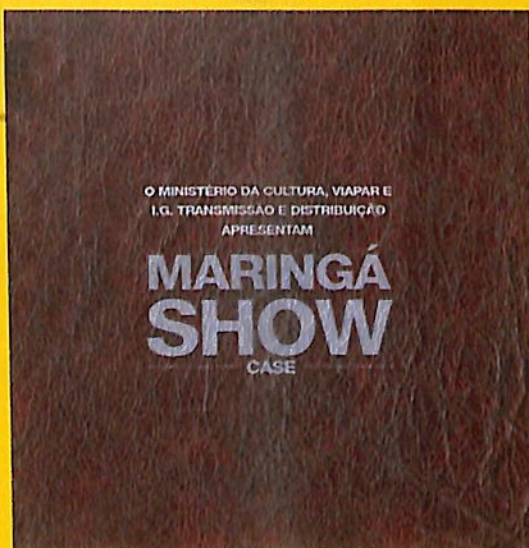
## NÚCLEO AMBIENTAL É CONTRÁRIO À PEC 65/2012

A Proposta de Emenda à Constituição (PEC) 65/2012, de autoria do senador Acil Gurgacz (PDT-RO), relatada pelo atual ministro da Agricultura Blairo Maggi (PR-MT), sugere que uma vez autorizada a execução de uma obra por meio da simples apresentação do Estudo Prévio de Impacto Ambiental, não poderá ser suspensa ou cancelada a não ser em face de fato superveniente. Dessa forma, ficaria proibido aos órgãos ambientais competentes, bem como ao Poder Judiciário, impedir o andamento da obra mesmo que o referido estudo apresente falhas que poderiam gerar riscos e até danos irreparáveis. Somente fatos novos, alheios ao estudo apresentado, poderiam ser considerados. Segundo os proponentes da PEC, o objetivo é dificultar a paralisação de obras públicas para combater o desperdício de recursos com projetos inacabados. Segundo nota emitida pelo Ministério Público Federal, a proposta apresenta violação às Cláusulas Pétreas da Constituição, a princípios constitucionais explícitos e a compromissos internacionais assumidos pelo Brasil perante a comunidade internacional. O Núcleo Ambiental do programa Empreender, da ACIM, é contrário à PEC 65/2012. Para os empresários do setor, caso a proposta seja aprovada, haverá relaxamento na legislação de proteção ambiental; descaracterização do processo de licenciamento ambiental; violação de princípios constitucionais e compromissos internacionais; ferimento do princípio do desenvolvimento sustentável, que busca compatibilizar a atividade econômica da proteção ambiental; maior suscetibilidade a tragédias ambientais, entre outras. A PEC 65/2012 foi aprovada pela Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ) do Senado.

## POSTO DE VIGILÂNCIA É REABERTO NO AEROPORTO

No aeroporto regional Silvio Name Junior foi reaberto o Posto de Vigilância Sanitária de Portos, Aeroportos, Fronteiras e Recintos Alfandegários, graças a uma parceria entre a prefeitura e governo federal. Com isto, além de atendimento ao viajante, inspeção sanitária de infraestrutura e aeronaves, e liberação de mercadorias importadas, o posto emite Certificado Internacional de Vacinação ou Profilaxia. O documento comprova a vacinação, conforme definido no Regulamento Sanitário Internacional e exigido para entrada em diversos países - agora não será preciso mais se deslocar a outras cidades para obter o certificado. O horário de funcionamento é das 8 às 12 horas para atendimento ao público. E para emissão do certificado e outras atividades, o atendimento é das 13 às 17 horas. O telefone é (44) 3025-2175.

# SHOWCASE E OBSERVATÓRIO DO TURISMO E EVENTOS



O Maringá e Região Convention & Visitors Bureau lançou, em 23 de junho, o showcase 2016 e o Observatório do Turismo e Eventos de Maringá. O showcase foi viabilizado por meio da Lei Rouanet e servirá como ferramenta para promover a cidade como destino de eventos, já que compila informações sobre infraestrutura para eventos, apresentando dados sobre a malha aérea e rodoviária, meios de hospedagem e espaços para festas, congressos, simpósios, feiras, eventos acadêmicos e esportivos, entre outros. As páginas ainda trazem um resumo histórico de Maringá - o projeto gráfico e a diagramação são de Lettera Propaganda. Já o Observatório do Turismo e Eventos de Maringá, que tem o apoio da ACIM, é um núcleo de pesquisas que vai analisar e monitorar mensalmente o comportamento do turista e dos segmentos econômicos impactados por ele em Maringá. Entre os focos da pesquisa estão o levantamento da taxa de ocupação e do preço das diárias praticado pelos hotéis. Mais informações em [www.observatorioturismomaringa.com.br](http://www.observatorioturismomaringa.com.br)

## TOCHA OLÍMPICA PASSA POR MARINGÁ

A Tocha Olímpica passou por Maringá em 29 de junho e foi conduzida por 39 pessoas, entre elas o craque de vôlei Ricardinho, que foi destaque da Seleção Brasileira em dois Jogos Olímpicos, além de atletas e ex-atletas maringaenses.

Num percurso de 4,2 mil metros, a tocha iniciou o trajeto na cidade na avenida Gaspar Ricardo, seguiu pelas avenidas Tuiuti e Brasil até a avenida São Paulo, depois passou pelas avenidas Prudente de Moraes, Herval e Tiradentes, Centro de Convivência Deputado Renato Celidônio, avenidas Getúlio Vargas, Brasil e Duque de Caxias, com encerramento na Vila Olímpica.

A chama é acesa em Olímpia, na Grécia, e termina com o acendimento da Pira Olímpica no Rio de Janeiro, dando início aos Jogos, em 5 de agosto. Ela percorrerá todos os estados brasileiros.

Prefeitura de Maringá



## SIMULADO DE ATENDIMENTO EMERGENCIAL

O Plano de Auxílio Mútuo para Maringá e Região Metropolitana (PAM) realizou o primeiro simulado de atendimento emergencial no pátio de inflamáveis da BS Bios Energia Renovável, em 23 de junho, em Marialva. Foi a simulação de um incêndio seguido de explosão com 15 vítimas. A ação envolveu Corpo de Bombeiros, Defesa Civil de Maringá e de Marialva e brigadistas de algumas empresas que compõem o PAM. "Foi uma oportunidade positiva para mensurar como as empresas auxiliaram no processo de atendimento emergencial", comenta o sócio das Labore Saúde Ocupacional Fernando Ramos, que representa a ACIM no PAM. O PAM prevê ações conjuntas do Corpo de Bombeiros e empresas para suplementar recursos e materiais para assegurar mais eficiência no atendimento de situações emergenciais, como incêndios, vazamentos de substâncias tóxicas ou outro evento que possa acarretar danos às pessoas, patrimônio e meio ambiente.



## CHIPBRAS ENTRE AS MELHORES FRANQUEADORAS

A maringaense Chipbras foi eleita a sexta melhor empresa franqueadora do Brasil na categoria veículos. O levantamento registrou 507 marcas ranqueadas que são apresentadas no anuário Guia de Franquias de Pequenas Empresas & Grandes Negócios.

A avaliação foi feita pelo Serasa Experian com base em crescimento, faturamento, abertura de lojas, satisfação do franqueado, além de dados sobre investimento inicial, capital de giro e prazo de retorno. Para o diretor da rede de microfranquia, João Carlos de Carvalho, a conquista está atrelada, em especial, ao grau de satisfação tanto dos franqueados quanto dos consumidores.

## NOVOS VOOS DA AZUL NO PARANÁ

A Azul Linhas Aéreas inicia novos voos no Paraná. Em 29 de agosto a empresa passa a operar o quarto voo de Curitiba para Maringá, e em 2 de agosto inaugura o terceiro voo diário de Curitiba para Foz do Iguaçu. As operações passam por aprovação da Agência Nacional de Aviação Civil (Anac). O voo para Maringá será feito com ATR 72-600, com 70 poltronas, com saída de Curitiba às 21h28 e chegada a Maringá às 22h50, de domingo à sexta-feira. E partirá de Maringá às 7h30, com chegada à capital paranaense às 8h42, de segunda-feira a sábado.

## SELO DE QUALIDADE NO TURISMO NO PARANÁ

Estão abertas as inscrições para a segunda edição do Selo de Qualidade no Turismo no Paraná, um programa que visa a incentivar a melhoria da competitividade, com reconhecimento aos estabelecimentos que investem em gestão e qualidade de serviços. A novidade da edição 2016/2017 está na inclusão de categorias - agora participam empresas de meios de hospedagem, gastronomia de interesse turístico, agências de turismo receptivo, organizadoras de eventos e transportadoras turísticas. As empresas passarão por um processo de avaliação, que consistirá de questionários, visitas e entrevistas que seguirão as normas técnicas do Modelo de Excelência em Gestão (MEG), da Fundação Nacional da Qualidade (FNQ). O selo terá validade de um ano e deverá ser entregue no início do próximo ano. Em outro momento será aplicado o diagnóstico MEG, do Turista Oculto, em que um consultor se passará por consumidor e testará os serviços do estabelecimento. Com os resultados, terá início o processo de execução dos planos de melhorias. Depois da implantação serão aplicados novamente os questionários do MEG, qualidade e o turista oculto, para trabalhar possíveis ajustes, caso seja necessário. Após as novas implementações, o Tecpar fará avaliação para conferir a qualidade dos serviços e produtos do empreendimento. Com o parecer final da entidade, o resultado será validado pelo comitê gestor do programa. As empresas que atingirem os resultados receberão o selo em uma cerimônia em Curitiba. Interessados em participar devem entrar em contato com o Sebrae por meio do 0800-5700800 ou ir a uma unidade mais próxima.



A família está completa!



## O Cooper Card Multi Benefícios está de cara nova!

Ele antecipa o salário do colaborador, de forma automática e prática. O valor salarial a antecipar é definido pelo empregador, e liberado diretamente no cartão na data estabelecida pela empresa.

Otimiza os processos do Departamento de Recursos Humanos e reduz custos operacionais.

Quer saber mais? Entre em contato com um consultor Cooper Card pelos telefones,  
**0800 200 6263 | 44 3220 5400**, ou envie um e-mail para [sejacliente@coopercard.com.br](mailto:sejacliente@coopercard.com.br).  
Conheça toda a nossa linha de benefícios em [www.coopercard.com.br](http://www.coopercard.com.br).





// Da esquerda para a direita  
Ana Satie Kakhata, Clara Zwecker, Mayara Colonhesi,  
Ricardo Gambini Tortato, Thábata Gaspar, e os irmãos  
Cleyton, Cleber e Fabiano Massago

# A nova geração de empreendedores

Jovens que assumem a gestão de empresas familiares ou abrem o próprio negócio investem em capacitação, em redes de relacionamentos e se esforçam para garantir inovação à gestão

**// Giovana Campanha e Rosângela Gris**

"Não é linda?!" gaba-se o empresário Ricardo Gambini Tortato, 32 anos, referindo-se a poltrona que estampa o catálogo da recém-lançada Linha Império. O sofisticado móvel, com estofado em capitonê e acabamento em madeira natural, chega às vendas neste mês. "É um produto de alto padrão, para a classe A. Mas temos linhas mais econômicas", ressalta o diretor das Poltronas Paraná em menção ao vasto portfólio da empresa.

Há opções de R\$ 56 a até quase R\$ 1 mil.

Essa diversidade, somada à qualidade do produto e às estratégias de marketing, é uma das responsáveis pela propagação da marca maringaense pelo país. Com fabricação diária de 500 peças, a Poltronas Paraná está presente em 19 estados brasileiros. "Queremos chegar a 500 pontos de venda no Brasil", almeja.

Tortato entrou para o mercado moveleiro

seguindo os passos do avô Antônio Gambini, proprietário da loja de móveis que leva seu sobrenome e está no mercado há cinco décadas. Foi na loja da família que aprendeu boa parte do que sabe sobre a fabricação de cadeiras e poltronas.

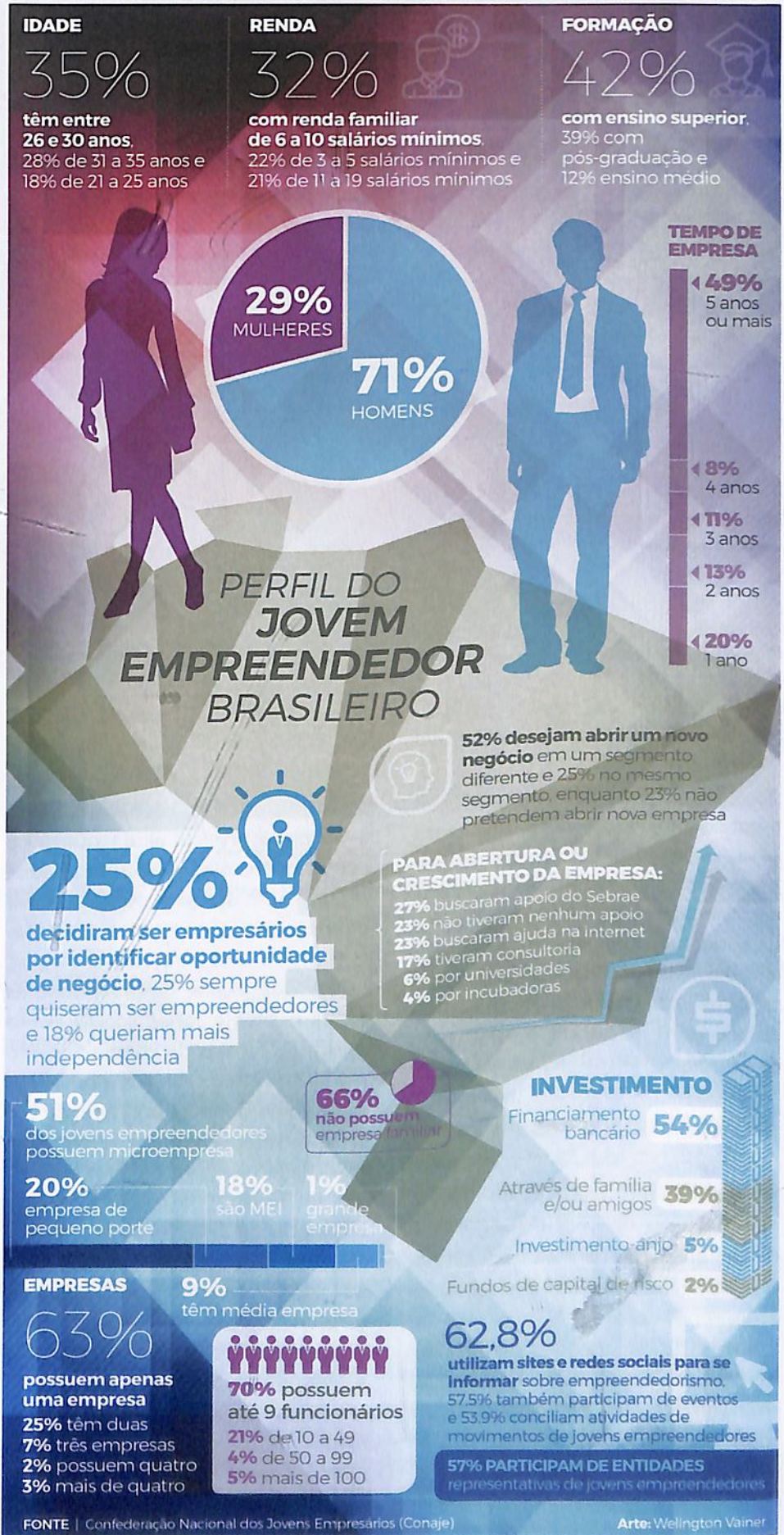
Aos 18 anos, ao concluir o ensino médio, escolheu o empreendedorismo. Em sociedade com Paulo Sérgio de Alcântara - seu sócio até hoje - e com a ajuda do avô - de quem se tornou fornecedor -, abriu a Poltronas Paraná, em 2001, em um salão de 143 metros quadrados.

No início, coube ao próprio Tortato percorrer cidades do Paraná e Santa Catarina divulgando a marca para potenciais clientes, muitos deles indicados pelo avô. Depois vieram os representantes e as feiras especializadas. Aliás, é a participação em eventos do setor que o empresário acredita ser o divisor de águas na abertura de mercados", revela.

Na época, a Poltronas Paraná já atendia em novo endereço, um espaço de 360 metros quadrados que precisou ser ampliado para os atuais 1,2 mil metros. E para 2017 está programada uma nova mudança. Desta vez para a sede própria em Marialva. "Em breve vamos nos mudar para um barracão de cinco mil metros quadrados", comemora.

Não menor é a empolgação do empresário ao falar do investimento no mercado online. Em fase de finalização, o canal para venda direta para revendedores deve estar disponível ainda este mês, permitindo agilidade nas negociações.

Estar informado sobre as tendências de mercado, aliás, está entre as preocupações do proprietário das Poltronas Paraná. De perfil engajado e observador, ele revela que aproveita a troca de informações com os colegas e as visitas técnicas organizadas pelo Copejem para promover melhorias





Divulgação

**// Implantaram melhorias**

Fabiano Massago e os irmãos Cleyton e Cleber: depois de trabalharem no Japão, de volta ao Brasil, eles assumiram a gestão da empresa do tio

nos processos produtivos e na gestão da empresa. Experiências que permitiram ajustes nos custos, redução de pessoal e aumento de faturamento.

Passados 15 anos, Tortato afirma não ter dúvidas de que a opção pelo negócio próprio foi a escolha certa, ainda que o caminho seja árduo e repleto de percalços. "Muitas vezes preciso sacrificar horários para dar conta de tudo, conseguir conciliar trabalho e família. Mas não me imagino fazendo outra coisa", conclui o empresário, casado com Fernanda Tortato e pai da Manuela.

**JOVENS E AUDACIOSOS**

Assim como Tortato, milhares de jovens escolheram os riscos do empreendedorismo em vez da segurança de um emprego com carteira assinada. Fazem parte da nova geração de empreendedores.

Em 2015, 52 milhões de brasileiros estavam envolvidos na criação ou manutenção de um negócio. Deste total, quase 40% têm entre 18 e 34 anos, segundo a mais recente pesquisa Global Entrepreneurship Monitor (GEM), patrocinada pelo Serviço

Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae).

Desenvolvida em 26 estados e no Distrito Federal – por meio de questionário online e participação de mais de cinco mil jovens, com 18 a 39 anos, a pesquisa revelou ainda que 49% possuem cinco ou mais anos de empresa e 52% desejam abrir um novo negócio em um segmento diferente.

Parte de uma geração tecnológica, 62,8% dos jovens empreendedores utilizam sites e redes sociais como principais formas de conexão com o mundo dos negócios. A maioria, 57%, também se conecta por meio de entidades representativas, a exemplo do Copejem e da ACIM.

**NEGÓCIO ENTRE IRMÃOS**

Quando embarcou rumo ao Japão, aos 18 anos, Fabiano Teruhiko Massago planejava passar apenas dois anos no país asiático. O retorno definitivo a Maringá, no entanto, demorou 14 anos. Parte deles na companhia dos irmãos Cleyton e Cleber, que embarcaram para a terra do sol nascente para tentar a vida.

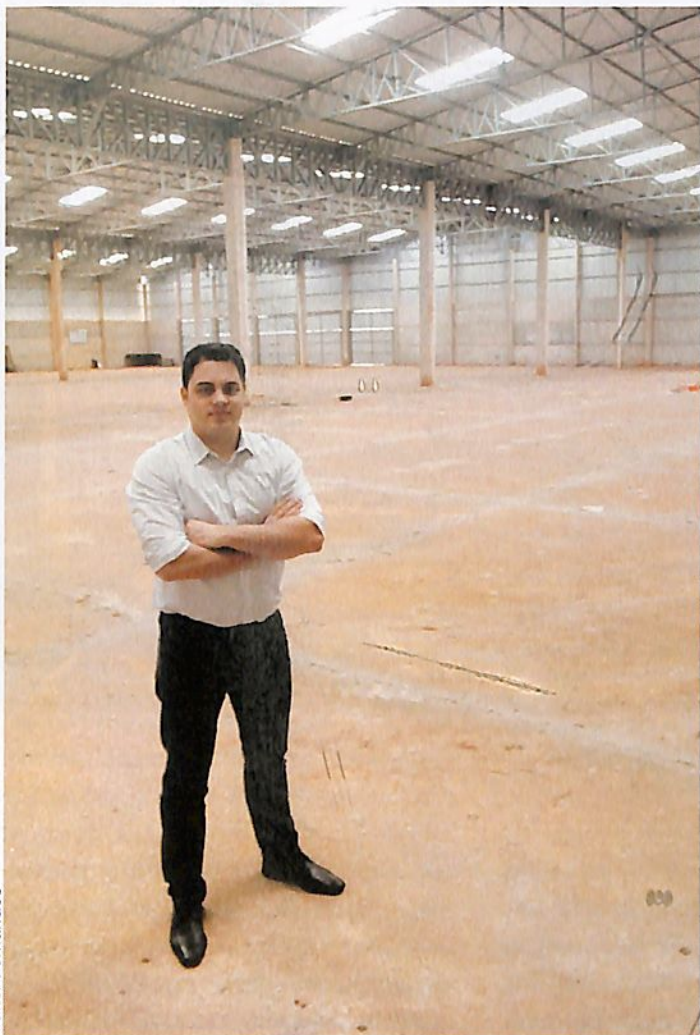
Fabiano trabalhou como gestor

de Recursos Humanos e quando retornou ao Brasil pouco lembrava o jovem inexperiente que havia cruzado o oceano anos antes. "Trabalhei como gerente de uma empreiteira que recrutava mão de obra estrangeira para trabalhar em fábricas".

Em 2005, ele decidiu retornar e desembarcou em solo brasileiro sem planos profissionais imediatos. Porém, em pouco tempo, estava à frente da empresa do tio Otavio Picoli Sobrinho, que precisou se licenciar por questões de saúde e pediu aos sobrinhos que administrassem o negócio na sua ausência.

Mesmo sem experiência na construção civil, Fabiano aceitou a responsabilidade de administrar a fábrica de artefatos de concreto, ao lado dos dois irmãos, que também estavam de volta. Dois anos depois o trio assumiu em definitivo a Blocopav.

Fabiano, agora com 42 anos, responde pela área comercial e também de assistência técnica. Formado em Administração, Cleyton, 40 anos, é responsável pelas questões administrativas. O caçula Cleber, 36 anos, está à frente da produção.



Walter Fernandes

**// 500 peças fabricadas por dia**

Ricardo Tortato é sócio das Poltronas Paraná, empresa aberta em 2001 num espaço de 143 metros e que em breve vai para sede própria de 5 mil metros



Walter Fernandes

**// Ela também é sócia de startup**

Ana Satie e o pai, Takeshi Kahikata: empresa mudou de nome e endereço como parte da estratégia de inovação

“Cada um tem uma função, mas quando é preciso, colaboramos um com o outro”, diz. Sobre a gestão compartilhada em família, Fabiano afirma que as divergências são comuns a qualquer sociedade. “É natural que cada um tenha seu ponto de vista, mas o pensamento é sempre em prol da empresa”.

Entre as ‘melhorias’ incorporadas pela nova gestão está a fabricação de argamassa usinada. Nos últimos meses, os irmãos também tiveram que fazer ajustes na empresa por conta da crise e da retração da construção civil. “Tivemos que readequar, rever custos, mas sem afetar a qualidade e desempenho dos produtos, diminuímos o número de colaboradores, en-

tre outras ações”, cita o primogênito.

**PASSOS DO PAI**

Por um tempo a carreira executiva em uma grande empresa esteve nos planos de Ana Satie Kahikata, 28 anos. Depois de se formar em Matemática na Universidade Estadual de Maringá (UEM), ela se mudou para São Paulo para cursar especialização em Administração de Empresas, na conceituada Fundação Getúlio Vargas (FGV), e lá chegou a ter experiências profissionais na área almejada. Porém, ao concluir o curso, dois anos depois, decidiu retornar para Maringá e assumir o perfil empreendedor herdado dos pais.

“Cresci vendo meus pais empreen-

dendo em vários tipos de negócios”, conta a jovem. O caminho começou a ser trilhado em 2010 quando, de volta a Maringá, tornou-se sócia do pai, Takeshi Kahikata. O patriarca é um dos proprietários da imobiliária Ágil Imóveis e, ao lado da filha, optou por abrir uma filial, com gestão independente, destaca Sati, como é mais conhecida. “Pagávamos *royalties* pelo uso da marca e fazíamos uma gestão própria”.

O olhar inovador da herdeira, incorporado ao *know how* de Kahikata, resultou na abertura de mercado e credibilidade ao negócio a ponto de a dupla decidir pelo lançamento da marca própria. E no início deste ano, a Ágil Imóveis Unidade Colom-

bo tornou-se KAK Imóveis. "Equipe e direção continuam as mesmas. Só o nome e o endereço mudaram", pontua Sati, referindo-se a mudança do escritório da avenida Colombo para o Novo Centro.

A decisão de criar a nova marca está atrelada à gestão implantada na imobiliária. Segundo ela, ao perceber a mudança de comportamento dos consumidores, a empresa decidiu apostar no mercado online. "Hoje o cliente faz buscas na internet e quando entra em contato, sabe o que está procurando".

Na opinião da jovem, a tecnologia é importante aliada à competitividade, além de ser um mercado bastante promissor. Tanto que ela decidiu investir em um guia online, desenvolvido por dois amigos programadores e agora sócios. No ar desde 2012, o Guia Scapes possui três sites para divulgação de empresas e eventos que acontecem na cidade.

Mesmo com a intensidade da jornada dupla, dividida entre a imobiliária e a *startup*, Sati se vê no rumo certo. Se por um lado o negócio próprio assegura flexibilidade de horários e potencial de ganho, por outro não dá a segurança do salário e impõe desafios diários de gerenciamento de fluxo de caixa e pessoas. "É preciso entender como funciona o seu negócio e o mercado, e isso exige grande dedicação e atualização constante", destaca Sati, membro do Copejem há cinco anos.

## FOOD TRUCK

Formadas em Gastronomia e casadas, Mayara Colonhesi e Clara Zwecker uniram a paixão pela culinária à vontade de ter o negócio próprio. Com recursos da família de Mayara e quase um ano depois do início do projeto, entrou em funcionamento o Food Truck Boi da Cara Preta. No restaurante móvel elas oferecem sanduíches *gourmet*, com destaque para o

BOI DA CARA PRETA



Walter Fernandes

### // Sem ponto fixo

Clara Zwecker e Mayara Colonhesi abriram um food truck e estão satisfeitas com o volume de vendas

que tem carne de angus, com valores que variam entre R\$ 15 e R\$ 25. O empreendimento tem superado as expectativas. Tanto que em apenas uma noite chegaram a vender 500 sanduíches, e diante de tantos pedidos, faltou ingrediente e foi preciso encerrar o expediente mais cedo.

As duas sempre quiseram investir em um negócio com uma pitada de inovação, daí a opção por um *food truck*, que por enquanto não tem lugar fixo para ficar. A cada dia o caminhão está em uma feira gastronômica, festa, piqueniques ou apenas atendendo pedidos *delivery*. Tudo comunicado por meio de uma conta no Facebook, que em dois meses, desde que o restaurante começou a funcionar, tem mais de 20 mil visualizações semanais e mais de 3,3 mil seguidores. "Temos trabalhado intensamente e a resposta do público tem sido interessante. Recebemos convites para participar de eventos todas as semanas. No dia dos namorados, por exemplos, participamos de um evento em Londrina", conta Clara.

As duas fizeram a cartilha de novos empreendedores: elaboraram projeto, contrataram contador, conseguiram alvará e agora querem registrar a marca. Como Clara também é formada em Administração, ela tem cuidado das finanças e as duas fazem controle rigoroso do estoque para que os ingredientes sejam sempre frescos. O retorno do investimento deve acontecer em até 48 meses. E as empreendedoras, que até então contam com a ajuda de *freelancers*, estão contratando o primeiro funcionário.

## MARCA PRÓPRIA

No último ano da faculdade de Publicidade e Propaganda, Thábata Gaspar passou a comercializar semijoias. E gostou tanto que isto sentenciou o futuro profissional: aos 20 anos, em 2008, ela abriu a primeira loja da Palhadór em Londrina, com recursos da venda de peças e com um pequeno investimento do pai para a fabricação de uma linha própria feita de palha de buriti e pingentes folheados.

No começo Thábata se desdobrava para fazer compras de fornecedores em Belo Horizonte, São Paulo e Rio de Janeiro, cuidar da loja e atender clientes fora do horário comercial e em outras cidades. "Nunca tive preguiça ou má vontade", diz.

O empenho e a seleção criteriosa de peças trouxeram retorno rápido do investimento. Um ano depois da abertura da primeira loja, por sugestão de uma tia e após um estudo de mercado, ela abriu com a irmã a segunda loja, desta vez num shopping em Maringá.

Gostou tanto da cidade e ficou tão satisfeita com as vendas que se mudou para cá. A segunda loja de Maringá veio em 2012, desta vez no Maringá Park, endereço que mantém até hoje. Já a loja de Londrina foi fechada, assim como o primeiro espaço aberto em Maringá. É que no meio da trajetória empresarial, graças a resposta dos clientes e das revendedoras – sim a marca tem uma rede de revendedoras em Maringá e em vários locais do país –, Thábata optou por manter a loja no shopping voltado para consumidores com maior poder aquisitivo, posicionando a marca entre as classes A e B.

Hoje a Palhadór tem também



Walter Fernandes

#### // Planos para abrir franquia

Thábata Gaspar abriu a Palhadór aos 20 anos; hoje empresa tem produção própria, revendedoras e neste mês e-commerce volta ao ar reestruturado

showroom em Maringá e outro em Londrina. Parte da produção é própria, com peças desenhadas por designers e Thábata inspiradas em joalherias estrangeiras e nacionais. Após solicitações das revendedoras e clientes, a empresa vem realizando um estudo para a formatação da primeira franquia. E ainda neste mês o e-commerce da Palhadór voltará no

ar, após um período de reestruturação. "Temos vários canais de venda. A diversificação é uma forma de compensar a queda em determinado canal, por exemplo", conta.

Para suprir a necessidade de mais conhecimento na área de gestão, Thábata recorreu a cursos. Também participou de treinamentos de oratória e de produção de joias.

## Vá além dos seus Sonhos! Conheça **BONITO** com a Vida Brasil

Rodoviário saída de Maringá dia 20/10  
e retorno em 23/10

### INCLUSO

- Transporte Rodoviário (Maringá x Bonito x Maringá), em ônibus leito-turismo;
- Guia de Turismo;
- Hospedagem com café da manhã no Hotel Solar do Cerrado;
- Transfer + Ingresso + Guia de Turismo Regional Gruta do Lago Azul;
- Transfer + Ingresso + Flutuação Nascente Azul com almoço;
- Seguro viagem.

### NÃO INCLUSO

- Almoço, Jantar e Bebidas;
- Passeios opcionais.



Av. XV de Novembro, 1203 (esq. com Silva Jardim) Maringá - PR

☎ 44 3024-4040 📱 Vida Brasil Turismo 📞 44 9928-9030

eliane@vidabrasilturismo.com.br



Valor por Adulto

**Apenas**

1+ 4x sem juros de **R\$ 184,60**

**NO BOLETO OU CHEQUE**

Válido para fechamento em junho, consulte outras opções de pagamento.

Valor por pessoa correspondente a aptos. duplos. Consulte valor por pessoa em apto. single, casal e triplas. Saída garantida com o mínimo de 30 pessoas pagantes.

# CONSELHO DE JOVENS EMPRESÁRIOS COMPLETA 25 ANOS

Formar líderes e preparar jovens para assumir empresas. Eis os objetivos do Conselho Permanente do Jovem Empresário de Maringá, o Copejem. Criado em novembro de 1990, na gestão de Fernando Henriques, teve Olga Moleirinho como primeira presidente. Desde então 12 pessoas presidiram o conselho, sem contar a atual gestão.

Ao longo de 25 anos de história, o Copejem tem realizado ações para formar lideranças e para contribuir com o trabalho da ACIM, como palestras, visitas técnicas e feirões de automóveis.

Hoje presidido por Michael Tamura, o conselho tem quatro pilares: capacitação, administrativo, representatividade e integração. Em relação à capacitação, por exemplo, estão programadas visitas técnicas a Atlas Elevadores, em Londrina, e à empresa de motores Wegg, em Jaraguá do Sul, ainda neste segundo semestre, além de palestras com especialistas. O grupo também está finalizando a coleta de informações e a elaboração da Cartilha do Eleitor Consciente, uma ferramenta importante para ajudar os maringáenses a escolher os candidatos a vereador. Esta será a segunda edição da cartilha, já que dois anos atrás o Copejem elaborou material voltado para ajudar na escolha de deputados estaduais e federais, trazendo projetos dos deputados eleitos pela região na legislatura anterior.

Os jovens empresários também dividem, nos encontros, histórias e ouvem de lideranças e empreendedores de Maringá suas trajetórias. "Os conselheiros têm acesso a informações, capacitação e se preparam como líderes. Em contrapartida contribuem com os projetos da ACIM e da comu-



**// Idade-limite é 35 anos**

Conselheiros do Copejem: formação de lideranças e preparação de jovens para assumir empresas

nidade", diz Tamura. Cabe ao Copejem, por exemplo, a realização anual do Feirão do Imposto, que ajuda na conscientização da população sobre a alta carga tributária paga no Brasil. Na última edição, em maio, foram realizadas ações em shopping, bar, supermercado e posto de combustível, com a venda de produtos sem a cobrança de impostos.

Em julho terá início a quarta edição do Copegym, uma competição entre os conselheiros para estimular a prática de atividade física e perda de peso. Em agosto acontecerá a segunda edição do Liberty and Innovation Marathon Brasil, uma maratona de palestras com especialistas de vários locais do mundo. E em outubro será entregue o prêmio Jovem Empreendedor, criado para reconhecer o trabalho de

jovens empresários e executivos.

Formado por mais de 60 jovens, o grupo se reúne semanalmente. E tem tido tanto interesse de novos membros, que há um processo seletivo. No último, que aconteceu recentemente, 33 se habilitaram a participar do conselho, mas apenas 13 ingressaram. Entre os requisitos analisados estão o currículo e o trabalho que pode agregar ao grupo.

Vários membros da atual e de antigas diretorias da ACIM ingressaram na entidade por meio do Copejem. A idade-limite para fazer parte do conselho é 35 anos. Em 19 de agosto acontecerá uma festa para celebrar os 25 anos do Conselho de Jovens, com homenagens para os ex-presidentes. Os convites podem ser adquiridos na secretaria da ACIM ou com os conselheiros.

A GENTE VÊ  
SAÚDE  
EM TUDO

Nação

ANS - nº 34818-0



- Atendimento Nacional / Abrangente
- Portabilidade de outros planos sem carências já cumpridas

O Santa Rita Saúde é o plano ideal para quem quer ter uma vida melhor.

Ligue 44 3028 2000

Acesse [santaritasaude.com.br](http://santaritasaude.com.br)

 **SANTA RITA<sup>®</sup>**  
**SAÚDE**

O plano para uma vida melhor.

# Mercado para clientes premium

*Empresários diversificam estratégias para atrair clientes de alto padrão mesmo na crise e sofrem menos impacto no faturamento que outros segmentos*  
// por **Natalia Gómez**

Na conquista da clientela, empresas que atuam com o consumidor de alto padrão começam a lançar mão de estratégias comuns em mercados menos luxuosos, como aumentar prazos de pagamento e usar a criatividade para realizar eventos dentro e fora de pontos de venda. A principal diferença do momento atual, segundo os empresários que tem como público consumidores de alto poder aquisitivo, é que os clientes estão mais cautelosos e demoram mais para se decidir pela compra.

O fluxo nas lojas também teve leve redução. Na concessionária Divesa, da Mercedes-Benz, a quantidade de clientes frequentando a loja sofreu retração, segundo o gerente comercial, Arnaldo Berger. Para reverter este quadro, a empresa tem realizado eventos como coquetéis e jantares na loja. "Quando temos um lançamento e chegam os primeiros carros, convido o cliente para um *happy hour*", afirma.

Nos cinco primeiros meses deste ano, a Divesa registrou queda de 10% no volume de vendas em relação ao mesmo período do ano passado, segundo o executivo, e por isso ele não pretende contar apenas com o fluxo de loja para proteger os negócios e manter a proximidade com os clientes. "Neste momento de crise é importante

fazer algo diferente dos concorrentes. E o cliente maringense, em particular, gosta do contato mais próximo e de ser lembrado."

Para manter o cliente interessado na marca, a Divesa conta com 20 lançamentos da Mercedes-Benz somente neste ano, sendo que sete estão no mercado. Berger afirma que, mesmo preocupado e mais cauteloso, seu público-alvo quer saber das novidades do setor automotivo.

## POTENCIAL PARA DUPLICAR VENDAS

Por isso, a concessionária tem procurado clientes que compraram automóveis há dois anos para fazer proposta pelos veículos usados como parte do pagamento. O ticket médio de vendas da marca é de R\$ 170 mil, sendo que apenas metade das vendas é financiada. Há outras iniciativas como patrocínio de evento de golfe e exposição em um shopping de Maringá.

O gerente destaca que o mercado futuro para Maringá é promissor. "O potencial para os próximos anos aqui é chegar a 400 a 500 carros Mercedes-Benz por ano" afirma. Neste ano, serão vendidos de 200 a 250 veículos.

No momento está sendo aberta uma concessionária da Land Rover Jaguar em frente à concessionária da Mer-

Walter Fernandes





**// Metade dos carros é financiada**

"O cliente maringaense gosta do contato mais próximo e de ser lembrado", diz o gerente da Divesa, Arnaldo Berger, que estima que vendas podem duplicar nos próximos anos

Divulgação



**// Joias de até R\$ 12 milhões**

"Em Maringá e Londrina percebemos a disposição de comprar, porque o setor primário tem sido menos afetado pela crise", conta o presidente da Bergerson, Marcelo Bergerson

cedes, o que é um bom sinal para o mercado. Segundo Berger, a concentração de lojas de automóveis pode aumentar a circulação de clientes na avenida Gaspar Ricardo, nos moldes do que acontece na avenida Europa, na capital paulista.

### **INFLUÊNCIA DO AGRONEGÓCIO**

A forte influência do agronegócio na renda da população é um fator que ajuda a proteger Maringá da crise econômica, em comparação com cidades mais dependentes de atividades industriais ou de serviços. Esta diferença ficou evidente para a joalheira Bergerson, que atua na região Sul. Segundo o presidente, Marcelo Bergerson, a demanda no norte do Paraná está mais preservada do que no restante do país. "Em Maringá e Londrina percebemos a disposição de comprar, porque o setor primário tem sido menos afetado pela crise", diz.

No restante da região Sul, no entanto, a Bergerson tem sentido redução no consumo de joias fora das datas comemorativas. Segundo o empresário, a insegurança política e econômica tem impactado a demanda. "Joalheria é celebração, mas a compra só acontece quando há razão para celebração. Fora das datas co-

memorativas precisamos ter criatividade para gerar disposição de consumo."

Por isso, a Bergerson tem investido na realização de eventos para públicos selecionados. "Estas ações, que chamo de cirúrgicas, dão resultado incrível porque a marca predispõe a pessoa a consumir", explica.

No primeiro trimestre, o público maringaense teve acesso à iniciativa Renova da Bergerson, que recebeu joias antigas como parte de pagamento. Em agosto, a empresa dará início a uma promoção chamada *Hot Sale*, com redução de preços de peças que estão há mais tempo no estoque e maior prazo de pagamentos. Os produtos da Bergerson, que tem 32 pontos de venda na região Sul, têm preços de R\$ 1 mil a R\$ 12 milhões.

Apesar de o mercado de Maringá e Londrina passar à margem da crise, a Bergerson chegou a estudar o fechamento de lojas neste ano para rentabilizar a operação. No entanto, a empresa optou por manter os empregos e os pontos de venda por acreditar que a situação pode melhorar. Segundo o presidente, a intenção da empresa é preservar a estrutura para sair da crise "intacta". "Abrimos mão do resultado financeiro e estamos nos contentando em manter os pontos de venda porque depois seria uma



**// Até R\$ 15 mil na locação de vestido**  
 Álika Boutique aumentou prazos de pagamento: "elas continuam a comprar e querem o vestido mais bonito", diz a sócia Flávia Santi

Walter Fernandes

dificuldade imensa recuperar participação de mercado", diz.

### EM ATÉ DEZ VEZES

O alongamento dos prazos de pagamentos tem sido uma opção adotada em vestidos de noivas e de festas. A sócia da Álika Boutique, Flávia Santi, que comercializa as marcas Lucas Anderi e Patricia Bonaldi, entre outras, conta que neste ano passou a aceitar parcelamentos de até dez vezes. Até o ano passado o limite eram seis prestações. Segundo Flávia, esta foi uma maneira de agradar os clientes que pagam até R\$ 15 mil em uma primeira locação de vestido de noiva e de R\$ 1 mil a R\$ 12 mil na compra de um vestido de festa.

A empresária conta que os pais costumam comprar dois ou três vestidos para a formatura da filha. Além do público maringense, a Álika atende consumidoras de outras cidades, como Londrina, Campo Mourão, Arapongas, Apucarana e Curitiba. "Tem até cliente do Pará que compra conosco porque tem

parentes na cidade."

Neste mercado, as clientes sabem com antecedência qual estilista desejam vestir. "Tem formanda que compra o vestido seis meses antes e noiva que compra com um ano de antecedência", diz. Segundo Flávia, no segmento de alto padrão ninguém adiou planos de casar ou festejar por causa da crise. "Elas continuam a comprar e querem o vestido mais bonito." Mesmo assim, as vendas neste ano permanecem estáveis.

### PLANOS DE EXPANSÃO

Beleza e qualidade também continuam a seduzir a clientela da marca italiana Missoni Home, que vende almofadas de R\$ 1 mil e mantas de quase R\$ 2 mil em Maringá. A arquiteta Luciana Just, que representa a Missoni desde o ano passado, conta que a crise tem feito algumas clientes adiarem compras, mas que não tem sido um impeditivo para a decisão de compra.

Uma ameaça ao negócio da Misso-

ni no Brasil poderia ter sido a desvalorização do Real frente ao Euro, mas para enfrentar o problema, a empresa italiana está fornecendo produtos com desconto para importadores brasileiros. Segundo Luciana, sem esta estratégia, a empresa não conseguiria viabilizar os negócios no Brasil. "A Missoni entende que o potencial do mercado brasileiro é grande e que não vale a pena fechar as portas agora", explica.

O apetite dos brasileiros pelos produtos da marca motivou Luciana a planejar expansão para pontos de venda em Londrina e Curitiba, prevista para o segundo semestre. A empresária também está negociando o início das vendas em uma loja virtual de alcance nacional, o que deve ser anunciado ainda este ano. Com isso, o faturamento da marca no Brasil deve triplicar em 2017 em comparação a 2016.

A empreendedora planeja fazer um evento anual de apresentação da coleção da Missoni para arquitetos em Maringá, sendo que o primeiro

ocorreu em novembro do ano passado. Luciana conta que a oportunidade de trabalhar com a marca surgiu em uma feira de móveis em Milão, onde recebeu o convite para representar a Missoni Home no Paraná e em Santa Catarina.

Além de Maringá, os produtos estão à venda em Balneário Camboriú. Segundo Luciana, o diretor da Missoni para América Central e América do Sul identificou um grande potencial para a região sul do Brasil.

Mesmo que os negócios estejam andando um pouco mais devagar, a determinação dos empresários do setor de luxo e o apetite da clientela têm sustentado certa estabilidade deste mercado em Maringá. Em tempos de turbulência política e econômica, com previsão de retração da economia brasileira de 3%, um resultado assim já pode ser considerado um luxo.



Divulgação

**// Planos para loja virtual //**

Jonas Aloise, manager da Missoni Home América Central e Sul, arquiteta Luciana Just e Rodrigo Bertocco, da Justcon Incorporadora: faturamento da Missoni no Brasil deve triplicar em 2017

**SANCOR SEGUROS PATRIMONIAIS**

Proteção para empresas, colaboradores, comércio, residências e serviços em geral.

Sancor Seguros é um nome de tradição na América Latina; desde 2013 protegendo, também, os brasileiros. Um grupo de profissionais dedicados, trabalhando com responsabilidade e competência, oferecendo

cobertura e tranquilidade, com soluções para os imprevistos e proteção para o dia a dia. Sancor Seguros, uma empresa inovadora e comprometida com o patrimônio das pessoas, suas famílias e suas vidas.



# De engraxate a sócio de uma das maiores avícolas do país

Eleito Empresário do Ano 2016, Ciliomar Tortola, sócio da GTFoods, conta um pouco de sua trajetória e projetos  
// Rosângela Gris

"Nunca imaginei chegar tão longe", confidencia Ciliomar Tortola, 53 anos, ao resgatar na memória a trajetória que o levou da condição de engraxate a diretor do Grupo GTFoods. Esta trajetória o levou a ser escolhido Empresário do Ano 2016, prêmio concedido pela ACIM, Sindicato do Comércio Varejista e Atacadista de Maringá e Região (Sivamar), Associação Paranaense de Supermercados (Apras) e Federação das Indústrias do Paraná (Fiep) – a cerimônia será em 22 de julho, no Giardino Eventos.

A trajetória começou com o garoto de seis anos engraxando sapatos para ajudar na renda familiar, passa pelo jovem contínuo de 18 anos que alcançou o cargo de gerente no banco até chegar ao empreendedor que, na casa dos 30 anos, largou o emprego para criar frango ao lado do amigo de infância Rogério Gonçalves.

Foi na pequena Indianópolis, sua cidade natal, que Tortola começou a construir o Grupo GTFoods, antigo Frangos Canção. No início, eram abatidos mil frangos por dia. Hoje são 730 mil. A empresa é uma das maiores exportadoras de frango do país, tem 26 unidades e exporta para mais de 90 países.

"Construímos tudo do zero", ressalta o empresário, sem esconder o or-

gulho pelo patrimônio conquistado. "Se estou à frente de determinado projeto, quero saber como vai ser do começo ao fim. Tudo o que faço, gosto de fazer bem feito".

De perfil determinado, ele revela o lado emotivo ao falar da família. Pai de dois meninos – Rafael, 21 anos, e Leonardo, 12 anos –, Tortola conta que tem por hábito 'carregar' os filhos sempre que possível. "O Rafa trabalha comigo e o Leozinho vem sempre que pode na empresa". Não menor é o afeto ao citar a esposa, Luciana, as duas irmãs e os pais falecidos. "Família é a base de tudo".

## COMO FOI CONSTRUIR A GTFOODS?

Foram inúmeros os desafios e as dificuldades. Começamos com mil frangos por dia, em um barracão de 12 por

20 metros, e processo todo manual. A expansão teve início em 2009, quando iniciamos a compra de outras unidades até chegar às atuais 650 mil aves. Somadas as unidades de Ipuçu/SC, mantidas por meio de sociedade, o número sobe para 730 mil aves dia. Hoje a empresa tem quase 11 mil funcionários. O sentimento é de que fizemos um bom trabalho. Nem eu e nem meu sócio, Rogério, planejamos chegar tão longe, até porque não concluímos o curso superior. Deixei a faculdade faltando dois ou três semestres porque à frente sempre estava o trabalho. Se o ônibus passava e não tivesse fechado a contabilidade do banco, perdia aula. Depois, morando em Maringá, tentei terminar os estudos, mas aí os compromissos da empresa não deixaram. Por tudo isso, é gratificante ver o que

**“Perdi o sono quando decidimos dobrar o abate de frangos, porque o investimento era muito alto, mas a decisão foi um divisor de águas. Sem condições financeiras de investir por conta própria, buscamos crédito no banco. Embora tivesse feito as contas e estivesse confiante, deu um ‘frio na barriga’ na hora de assinar o contrato”**

construímos e também lembrar que sozinho não se chega a lugar nenhum.

### **E QUAL FOI A DECISÃO MAIS ACERTADA?**

Perdi o sono quando decidimos dobrar o abate de frangos, porque o investimento era muito alto, mas a decisão foi um divisor de águas. Na época, abatíamos entre cinco e dez mil frangos e disse ao Rogério que era hora de ampliar ou seríamos exterminados pelo mercado. Sem condições financeiras de investir por conta própria, buscamos crédito no banco. Embora tivesse feito as contas e estivesse confiante, deu um 'frio na barriga' na hora de assinar o contrato que nos permitiu sair de um patamar de dez mil frangos para 24 mil, depois para 48 mil até os mais de 700 mil de hoje.

### **EM UMA ENTREVISTA À REVISTA ACIM, EM 2013, O SENHOR DISSE QUE NA VIDA EMPRESARIAL É PRECISO "SER ARROJADO". É DESTA FORMA QUE ENCARA SUA ROTINA DE TRABALHO E OS DESAFIOS DO MERCADO CORPORATIVO?**

Na GTFoods, cada área tem metas e indicadores, que são medidos diariamente ou semanalmente, e muitas vezes achamos que não serão alcançados, mas acabam sendo. Os desafios te empurram para a vida, principalmente em uma economia globalizada. Diluir os custos fixos e aumentar a produção é uma conta complexa, que exige evolução diária. O que você fez ontem e deu certo, hoje não serve. E sempre digo que é preciso ser e sou arrojado.

### **CONSEGUE VER OPORTUNIDADES NA CRISE ATUAL?**

Esta é uma crise política, econômica e de falta de credibilidade. Ou seja, mais complexa do que crises setoriais



Ivan Amorim

que passei, seja por excesso de produção ou falta de grãos, quando era possível identificar o problema e agir para consertar. Hoje a situação não está em nossas mãos. Lá fora, o país é visto com desconfiança por conta da corrupção, o que dificulta as exportações. Os nossos líderes deveriam dar exemplo e estão indo para a cadeia. Penso que em momentos como esse você redobra a atenção nos detalhes e chama a equipe para trabalhar junto. Embora seja otimista, acredito que a crise ainda vai se prolongar. Devem vir medidas dolorosas, porém necessárias para que a economia brasileira se recupere.

### **O QUE AINDA PROJETA PARA O FUTURO PROFISSIONAL?**

Não costumo pensar muito distante, mas para os próximos três anos projeto a ampliação da produção e uma fábrica de embutidos. Pretendo deixar todas as unidades produzindo em torno de 200 mil aves diárias cada, o que nos levaria a marca de um milhão de aves. Em relação à fábrica de embutidos, que está em andamento, a ideia é agregar valor ao produto. O nosso segmento é promissor. O frango brasileiro

é o alimento mais barato e também é bem aceito no mundo. É só o governo nos ajudar um pouquinho que é possível aumentar o consumo.

### **TEM ALGUM PROJETO DE VIDA?**

Com certeza é ficar mais tempo com a família. Agora que passei dos 50 anos o foco começa a mudar. Estou na empresa há 24 anos e às vezes parece que foi ontem que começamos tudo. Isso mostra que o tempo passa rápido e precisamos aproveitar. Quero ter uma vida mais tranquila.

### **SE TIVESSE QUE SE DEFINIR EM UMA PALAVRA, QUAL SERIA?**

Justo.

### **O QUE REPRESENTA TER SIDO ELEITO EMPRESÁRIO DO ANO 2016?**

É gratificante receber este prêmio porque é o reconhecimento e fruto de muito trabalho, não só meu, mas de muita gente. O prêmio precisa ser entregue a alguém e sou o diretor da companhia. Mas essa é uma homenagem que deve ser compartilhada desde a zeladora até o diretor master da empresa, já que todos têm colaboração.



## UNINGÁ AMPLIA SEU CAMPUS

*75 hectares de área*

A ampliação do campus da instituição faz parte do PDI, projeto de desenvolvimento institucional, previsto desde a fundação da Faculdade, quando se vislumbrou uma ampla visão de futuro e compromisso com a educação superior.

Desta forma, o cronograma de expansão se consolida como planejado, a partir de agora o núcleo experimental para o curso de Agronomia, bem como a fazenda-escola para o curso de Medicina Veterinária, estão integrados ao campus, evitando o deslocamento dos acadêmicos dos referidos cursos para o desenvolvimento das atividades práticas de campo.

Assim sendo a missão da Instituição se consolida, destacando-a como referência de boa qualidade no ensino, através do desenvolvimento técnico-científico articulados com a razão e ação do homem social.

**VESTIBULARES 2017**

**MEDICINA 20/11/2016 | DEMAIS CURSOS 27/11/2016**

**(44) 3033-5009 | Rodovia PR 317, 6114 - Maringá - PR (saída para Astorga)**



## AMPLIAÇÃO DO CAMPUS



Hospital Veterinário



Capela Sagrada Família



Complexo Poliesportivo



Hospital Memorial

# Terceira idade: oportunidade para bons negócios

Empresas maringenses que têm como nicho a terceira idade têm registrado resultados positivos; entre estes empreendedores há quem apostou em negócios pioneiros

// por **Fernanda Bertola**



Walter Fernandes

// Planos de uma segunda unidade

Dennis Niro, da Academia Viva Mais: atividades físicas para a terceira idade, com serviço de leve e traz

A população com mais de 60 anos cresce no mundo mais que outros grupos etários. Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), essa é uma das cinco megatendências globais de negócios para o século. No Brasil, a população idosa triplicará até 2050, chegando a 30% do total de habitantes, enquanto a população mundial duplicará - a estimativa é da Organização Mundial da Saúde (OMS).

Por aqui, há segmentos que desfrutam de oportunidades que se abrem, outros que crescem, mas ainda há muito a ser descoberto. A Academia Viva Mais é um exemplo. A empresa foi formatada para atender gestantes, idosos e pessoas que não se adaptavam à rotina agitada de outras academias. No entanto, a demanda apresentada pelas pessoas com mais de 60 anos surpreendeu. O gerente comercial, Dennis Niro, e a coordenadora técnica e sócia, Vanessa Kuwano, contam que depois de um ano e meio de trabalho, o melhor caminho foi afunilar o público-alvo. "Alteramos o nome de Espaço Maturité para Viva Mais, o que deu também para melhorar a identificação com o público da terceira idade", explica Niro.

Um estudo encomendado pela academia ao Serviço Brasileiro de Apoio às Micro Pequenas Empresas (Sebrae) de Maringá identificou fatores que contribuíram para a abertura da empresa, e também para a nova fase, entre eles o crescimento dessa população na cidade, regiões com maior concentração de idosos - não é só pela proximidade com o Bosque 2 que a academia está localizada na avenida Itororó - e ausência de negócio semelhante.

Os serviços são voltados para pessoas com maior poder aquisitivo, já que as mensalidades variam de R\$ 200 a R\$ 1 mil. Na Viva Mais o atendi-

mento é individualizado e conta com reabilitação, fortalecimento e preparo para a manutenção das atividades. Entre os diferenciais está o leva e traz de alunos. Dos 90 matriculados, dez utilizam o serviço.

A segmentação foi fundamental para os resultados positivos. Quando a academia foi aberta, a expectativa era que o retorno do investimento viesse em cinco anos, mas veio um ano antes do previsto. Niro revela que os dois primeiros anos foram difíceis, mas a partir do terceiro, o crescimento passou a ser sustentado.

Nos cinco primeiros meses do ano houve crescimento de 12% de alunos e de 8% no faturamento. "Começamos com dois professores. Hoje temos três, além dos sócios e dois estagiários de Educação Física". O plano era abrir uma nova unidade, mas com a diminuição do crédito no mercado, reflexo da crise, o projeto foi suspenso até que a economia dê sinais de melhora.

## TURISMO

A Ana Turismo também se moldou para atender consumidores da terceira idade. A empresa fundada em 1999 promove excursões. Os destinos preferidos dos grupos de 70 a 80 anos, segundo Vera Maiko Kawakami, que há seis anos está à frente da empresa, são hotéis com piscinas de águas termais, enquanto pessoas de 60 a 70 anos viajam mais para o exterior, Gramado/RS, hotéis e resorts no Nordeste. "Sou guia e minha mãe, Ana Kawakami, que tem 80 anos, que fundou a empresa com meu pai, também vai".

Afastam problemas pacotes fechados igualmente para todos, com alimentação completa ou com café da manhã. Outra forma de evitar erros é analisar com cuidado os hotéis. "Faltam lugares preparados, com facilidades para a mobilidade. Mesmo com muita análise, fomos para um hotel conhecido na Praia do Forte/BA e as piscinas infelizmente não tinham cor-



### // Mobilidade no turismo

Ana Vera Maiko Kawakami e a mãe, Ana Kawakami, da Ana Turismo: "às vezes falta aos hotéis enxergar as possibilidades que a terceira idade oferece"

rimão. Às vezes falta aos hotéis turísticos enxergar as possibilidades que a terceira idade oferece", diz.

A comodidade da viagem em grupo é um dos principais atrativos na hora da venda. Por mês, são organizadas uma ou duas excursões pelo Brasil. O mercado, segundo Ana, registra leve retração por causa da crise. Por isso, em vez de duas viagens internacionais, será feita apenas uma. Um grupo, que já tem quase 40 pessoas, vai viajar a bordo do *Harmony of the seas*, o maior cruzeiro do mundo inaugurado em maio, com destino a Barcelona.

## OPORTUNIDADE

Outras empresas estão começando a explorar o mercado. A *startup* Identifica-me criou um sistema de identificação, por meio de pulseira que dá acesso à informações de contato e médicas, como doenças pré-existent, alergias, médicos responsáveis. O principal público são pessoas com Alzheimer. Em situações de emergência, qualquer um poderá oferecer

socorro ao acessar via internet o código que consta na pulseira do usuário.

O projeto foi vencedor de uma competição do Sebrae. Segundo um dos idealizadores e sócio, Vinícius Mello, ao desenvolver o projeto, a equipe se preocupou em resolver problemas que atendessem a uma necessidade específica, no caso, transmitir informações médicas em casos de emergências. "Segundo o Hospital Samaritano, de São Paulo, dois em cada três idosos se envolvem em acidentes na própria residência. Nestes casos, eles podem estar incapazes de transmitir informações médicas para socorro", explica ele, que teve caso semelhante na família.

A expectativa é buscar mercado em âmbito nacional, o que traria viabilidade financeira da *startup* e também o retorno dos investimentos. Desde que passou a operar, houve acréscimo de 10% no número de usuários.

Por enquanto, a empresa está na Incubadora Tecnológica de Maringá, possibilitando melhor contato com o

mercado. Entre os próximos passos, além da expansão nacional, será a internacionalização. Segundo Mello, a equipe quer atuar em mercados onde existe maior demanda como Irlanda, Holanda e Portugal. "O número de idosos nestes países é expressivo e existem editais e incentivos econômicos para a realização de projetos como o nosso".

### PIONEIRISMO

Antes de as previsões mais promissoras sobre negócios apontarem para a terceira idade, Mirna Lavec descobriu a viabilidade de uma empresa de serviços voltados para o público em Maringá. Em 1987, ela inaugurou a primeira casa de repouso da cidade, a Pietá, que hoje atende somente mulheres com Alzheimer. "Na época nem existia nomenclatura para esse tipo de empresa na cidade. No alvará de funcionamento constava pensionato", lembra.

Mirna veio de São Paulo para Maringá em 1984. A mãe dela, com problemas de saúde, veio junto, mas voltou para São Paulo onde foi internada em uma casa de repouso, vindo a falecer 40 dias depois devido às complicações do Alzheimer. Foi nesse período que a então artista e modelo resolveu abrir um negócio semelhante. "A intenção era abrigar minha mãe, que faleceu antes de conhecer a Pietá".

Recém-separada, Mirna deu lugar à veia empreendedora e começou atendendo mulheres e homens. Mudou de endereço duas vezes, e agora está na rua Vitério Balani, Zona 5. A empresária, desde o início, tem como estratégia manter poucos hóspedes, o que garante melhor atendimento. São dez leitos.

Além de Mirna, há uma equipe que conta com enfermeiras, cozinheiras, nutricionista e cuidadoras de idosos. As pacientes também



Walter Fernandes

### // Qualidade de vida para hóspedes

Mirna Lavec é dona da primeira casa de repouso de Maringá, aberta em 1987 e hoje exclusiva para mulheres com Alzheimer

têm acompanhamento do médico psiquiatra. No local são servidas seis refeições por dia, há apoio para banhos, troca de roupas, corte de cabelo, atividades recreativas, espaço para caminhada. "Damos todo o suporte para que as nossas hóspedes tenham qualidade de vida. Tem abraço, beijo, carinho. Fazemos cabelo, manicure, brincadeiras. Como são poucas, e estou sempre aqui, tenho um relacionamento afetivo", diz Mirna plenamente ativa aos 76 anos.

### SOCIEDADE COM A FILHA

Ativa também está Ana Elisa Bordignon Scipioni, hoje com 68 anos, aos 62 ela abriu em sociedade com a filha a Apto Saúde Ocupacional. "Minha filha, fisioterapeuta, morava em Curitiba e veio para Maringá para trabalhar com medicina do trabalho. Como ela queria um sócio, me pro-

pus e compramos a empresa", conta.

Ana não precisou passar por grandes adaptações para assumir a nova rotina de trabalho. Ela conta que sempre esteve envolvida com os negócios do marido, hoje falecido. "Depois dos filhos criados, quis fazer algo a mais. Fiz Design de Interiores e me formei aos 60 anos. Trabalhei com isso em Santa Catarina até me tornar empreendedora".

Ela é responsável por todas as questões administrativas, que conta com técnicos em segurança do trabalho, fonoaudiólogo, médico, fisioterapeuta, entre outros. Às 7h30, todos os dias, está na empresa. Organizada, aproveita qualquer tempo vago para colocar arquivos em ordem e revisar cadastros de funcionários.

O próximo passo será se matricular no curso de Técnico em Segurança do Trabalho e aprimorar conhecimentos na área da contabilidade.

# Otimizando os recursos...

## MAK LED - SOLUÇÕES ENERGÉTICAS

Localizada em Maringá-PR, a MAK LED é uma importadora que desenvolve e distribui produtos de iluminação em LED, indicados para aplicações residenciais, industriais, comerciais e públicas.

### DESAFIOS:

O desafio era encontrar uma solução que atendesse as demandas da empresa, possibilitando aos gestores a tomada de decisões assertivas em curto espaço de tempo, otimizando processos e garantindo resultados. Dentre os principais desafios estavam:

- Controle de processos e otimização do tempo;
- Rapidez nas entradas de produtos oriundos de importação;
- Controle eficiente de estoque;
- Gestão da empresa por parte dos sócios fora da empresa;
- Visão sistêmica da carteira de clientes e representantes.

### SOLUÇÃO:

A escolha certa com as soluções ACCION para Gestão, o ERP SEVEN permitiu um controle eficiente dos processos internos, com boas práticas já incorporadas permitindo um avanço na gestão de clientes, proporcionando vantagem competitiva. A experiência no setor de importação e distribuição conduziu para uma significativa redução de custos e agilidade nos processos de vendas e relacionamento com os clientes. O SEVEN GESTÃO, ferramenta que permite o monitoramento da empresa pelos gestores através do acesso via celular, além de transparência e segurança conectou a equipe gerencial aos investidores que acompanham online os resultados, criando uma sinergia que contribui para o estabelecimento e alcance das metas.

"Destaco a otimização do tempo que a ferramenta proporciona. O crescimento da empresa ocorre pelo planejamento feito pela equipe e a utilização dos recursos disponibilizados pelo sistema. A tecnologia da informação tem sido utilizada de forma estratégica para o atingimento das metas. Com certeza se nós não tivéssemos o ERP SEVEN, teríamos muito mais custos com funcionários entre os setores"

Ronnie Edson  
Gerente Comercial

**MAK**  
**LED**

## TECNOLOGIA PARA REDUZIR CUSTOS E CRESCER

O melhor que a tecnologia pode oferecer para o seu negócio. Com inovação e dinamismo, a Accion garante as melhores práticas de gestão, considerando o tamanho e crescimento da sua empresa.

**ACCION**  
Sistemas para  
Gestão e Inovação

**3225-8686**

[accion.com.br](http://accion.com.br)

# Maringá recebeu visita de casal imperial em 1978

No 70º aniversário da imigração japonesa, a cidade recebeu a visita ilustre para inauguração de Jardim Japonês // **por Miguel Fernando**

Há 38 anos, no 70º aniversário da imigração japonesa no Brasil, em 20 de junho de 1978, o príncipe Akihito - hoje imperador - e a princesa Michiko estiveram em uma visita oficial a Maringá. A agenda incluiu a inauguração do Jardim Japonês do Parque do Ingá e o lançamento da pedra fundamental da Associação Cultural e Esportiva de Maringá (Acesa). À época os herdeiros do trono do Japão foram acompanhados por autoridades locais e estaduais e pelo presidente da República, Ernesto Geisel, embora não haja divulgação em foto da presença do presidente

em solo maringaense.

Antes de chegar a Maringá, o casal imperial passou por Brasília, São Paulo, Londrina e Rolândia. Na tarde de 20 de junho, Akihito e Michiko chegaram à cidade e foram para o Parque do Ingá a fim de inaugurar o Jardim Japonês. Ao longo do caminho estudantes os receberam com bandeiras do Japão e do Brasil. Na ocasião, dez mil bandeiras foram distribuídas na rede de ensino público e privado do município. Depois, o casal pernitoou no Hotel Bandeirantes, o mais luxuoso da época, em um quarto que foi especialmente elabo-

rado com madeiras de lei que foram queimadas posteriormente para evitar a venda.

Em 21 de junho de 1978, ainda pela manhã, o casal regressou ao Japão, deixando um dos maiores legados de laços de amizade entre os dois países em Maringá. Tanto que, em 2008, a cidade contou com nova visita imperial para inaugurar o Parque do Japão.

// **Miguel Fernando** é especialista em História e Sociedade do Brasil ([maringahistorica.blogspot.com](http://maringahistorica.blogspot.com) - veja mais sobre a história de Maringá



O príncipe Akihito no momento da chegada a Maringá



A princesa Michiko e um ipê ao fundo. Segundo informações da época, ela teria pedido para a comitiva parar em frente à Igreja São José Operário, onde havia outras mudas para fazer reverência à beleza da espécie. Contudo, relatos recentes dizem que ela não teria feito tal pedido. A foto seria uma montagem de Kenji Ueta

O casal imperial, junto com comitiva local, se despedindo de Maringá



# Santa Casa **SAÚDE** QUEM TEM, pode contar

Danielle Thomaz Pires.  
Beneficiária do plano há 4 anos.



A Danielle tem Santa Casa Saúde há 4 anos. Quando ela mais precisou pode contar com a estrutura de um hospital de alta complexidade, uma equipe de profissionais dedicada e toda a estrutura de exames que o Santa Casa Saúde oferece.



# Gourmet: bom, bonito e mais acessível

Popularização da alta culinária e aumento do desejo pelos prazeres da mesa ajudam alimentos comuns como pipoca e churro a ganhar sofisticação e agradar tanto o bolso quanto o paladar// por **Graziela Castilho**

Walter Fernandes



Ninguém sabe quando a famosa torradinha virou *crouton* ou quando o bolo de forminha foi promovido à *cupcake*, mas é fácil encontrar quem já tenha provado tais delícias. Alimentos simples ganham o requinte da arte culinária e proporcionam ares de nobreza a pratos comuns. É que o fenômeno, chamado de gourmetização, se alastrou dos restaurantes chiques para os diversos segmentos de alimentação, incluindo quiosques e *food trucks*.

A pipoca produzida de modo artesanal por Daniela Celestrino Diniz, da Happycorn Pipocaria Gourmet, é exemplo dessa tendência. Feita com milho de safra selecionada e matéria-prima de qualidade - com alguns produtos importados, a pipoca tem mais de 30 sabores (creme de aveia, leite ninho, frutas vermelhas, churro, chocolate, entre outros), que se dividem em três categorias: caramelizadas, saborizadas e banhadas no chocolate.

O modo de preparo também é diferente. Primeiro a pipoca é estourada a vapor, depois a cobertura passa por um choque térmico e, então, é colocada sobre as pipocas. "Ainda quente, separo uma a uma e essa etapa tem de ser bem rápida. O resultado é uma pipoca crocante e saborosa, que pode ser consumida em até 30 dias", explica.

A empresária passou um ano pesquisando o segmen-

to e viajou para vários estados brasileiros para degustar pipocas e conhecer franquias. Este ano ela também teve a oportunidade de participar de um curso ministrado por um *chef* de cozinha renomado.

Antes da empreitada, Daniela trabalhou por dez anos como assistente administrativa. "Saí da empresa para empreender em algo que gostasse e que fosse diferente para Maringá. Ao pesquisar alimentos, me encantei com a pipoca gourmet".

Há quatro meses, as vendas foram iniciadas com foco em atender eventos, como festas infantis e de casamentos, nos quais as pipocas são dispostas em formato de lembrancinhas ou em grandes taças para os convidados se servirem. A boa aceitação gerou encomendas e uma parceria com a Delícias da Bru. Em breve mais pontos de venda serão abertos, e a expectativa é que, até o início do ano que vem, o negócio se enquadre como franquia.

## SABOR E NOSTALGIA

No Nosso Churro o produto *gourmet*, vendido em média a R\$ 9, tem qualidade agregada. Patrícia Pires Dagostin, sócia com o gestor comercial Luiz Paulo Parolin, avalia que o sucesso do quiosque vai além dos sabores, qualidade e atendimento, uma vez que ponto fixo e experiência nos-

#### // Mais de 30 sabores

Daniela Diniz passou um ano pesquisando e percorreu vários estados para produzir pipoca gourmet



#### // Sintonia com hábitos regionais

Patrícia Dagostin e Luiz Paulo Parolin, do Nosso Churro: boa parte dos clientes tem mais de 25 anos, porque além de saboroso, churro remete a lembranças de infância e romance

tálgica também fazem a diferença. “Antes tínhamos de esperar um ambulante passar, ir a um parque ou praia para saborear um churro. Agora basta ir ao quiosque no Shopping Avenida Center ou no Maringá Park. E o interessante é que a maioria dos clientes tem mais de 25 anos, porque além da experiência do paladar, o churro remete a lembranças da infância e ao romantismo”, afirma Patrícia, que é graduada em Tecnologia de Alimentos.

No Nosso Churro, a massa não tem lactose e há nove opções de sabores, o que inclui tradicional (doce de leite), paçoca, creme de avelã, chocolate ao leite e leite em pó. Há ainda três tipos de combinações de cobertura.

Até o final do ano, Patrícia pretende lançar o churro de trufa e uma opção sem glúten. “O maior desafio é criar combinações bem elaboradas

para montar um cardápio atrativo, porque na gourmetização não basta qualidade, é preciso sintonia com os hábitos regionais. Em São Paulo, por exemplo, há muita saída do churro de chocolate branco, mas em Maringá o sabor não teve boa aceitação”.

— Outra vantagem é que os churros são assados, em vez de fritos, e maiores que o convencional. A empresa também inovou ao apresentar o Churro Espanhol, um combo com cinco unidades mais finas e dois tipos de recheio em potinhos.

#### CARNE DE PORCO

Outro segmento que tem ganhado força no mercado *gourmet* são os *food trucks*, os veículos adaptados para atuar como restaurantes móveis. O economista Leandro Melo, que tem vocação gastronômica e experiência como *personal chef*, identificou nesse nicho uma oportuni-

dade e abriu a Porkiamos Food Truck, especializada em carne de porco.

“Meu pai criava porcos e essa carne era a mais frequente nas receitas da família”, conta. Para colocar o projeto em prática, ele personalizou uma Kombi em forma de ‘porquinho’ cor-de-rosa, e desenvolveu pratos que variam de entradas a sobremesas com algum tipo de corte suíno. “Num primeiro momento os clientes estranham que o *cupcake* de massa de banana, creme de avelã e cobertura de *buttercream* tenha bacon no recheio. Provam por curiosidade e pedem mais”, afirma. No cardápio da Porkiamos, o consumidor também encontra comidas e lanches simples, mas bem elaborados, como o *aligot* de batata (purê com dois queijos e picanha de porco grelhada) e costelinha ao molho *barbecue*.

“Utilizamos produtos frescos e de qualidade e preparamos o alimento



Walter Fernandes

// Planos de virar franquia

Todo o cardápio da Porkiamos, de propriedade do economista Leandro Melo, leva carne de porco, até as sobremesas

O que é gourmet?

O termo é antigo, de origem francesa, e era designado às técnicas da alta cozinha (receitas e ingredientes diferenciados e boas bebidas). Difundido em diversos idiomas, o termo está mais popular e mantém a relação com a alta cozinha, mesmo que o conceito tenha se estendido para diversos contextos.



DICAS PARA EMPREENDER

A popularização do segmento gourmet também tem gerado aumento da procura por graduação. A coordenadora do curso de Gastronomia da Unicesumar, Janaina Oliveira de Azevedo Leal, dá dicas para quem visualiza na gastronomia uma oportunidade de negócio.

COMO APROVEITAR A TENDÊNCIA PARA EMPREENDER?

- 1 **Ter conhecimento** do mercado de alimentação fora de casa (food service), do conceito gourmet, do produto e serviço a ser prestado. Quem desconhece o ramo, se arrisca e pode resultar no fechamento da empresa
- 2 **Ter transparência**, sustentabilidade e justa relação custo/benefício, que são requisitos fundamentais para obter acertos
- 3 **Também é importante evitar** que tudo vire gourmet para que o termo não seja banalizado

O que impulsiona a popularização?

Os programas de culinária na TV e o acesso a produtos e a receitas, até então restritos à alta gastronomia, têm desmistificado a cozinha profissional e trazido popularização. As pessoas conhecem mais sobre cozinha e alimentos, e passam a buscar novas experiências quando se trata de comida.

Arte: Wellington Vainer

na hora. Essa transparência e proximidade proporcionam uma relação de confiança. Outros benefícios estão na mobilidade e no custo do restaurante móvel, que é menor, e, por consequência, viabiliza preços acessíveis para o consumidor", avalia.

Assim como qualquer negócio, os desafios também aparecem no dia a dia. No caso de *food trucks*, Melo cita que o espaço da cozinha é limitado e, por isso, exige cardápio enxuto.

A Porkiamos atua há pouco mais de dois meses em eventos particulares e abertos ao público. A expectativa é que, em breve, a prefeitura libere os *food trucks* para concentração em locais específicos, como feiras. "Queremos consolidar o negócio e visualizamos a possibilidade de estruturar a empresa em franquia", planeja.

Walter Fernandes



**// Restaurante tem um ano e meio**

Marcos Katsuyoshi e Giovanna Kira, da Prático Alimentos: preço justo é essencial, por isso, lanches custam a partir de R\$ 9,90 e pratos a partir de R\$ 14,90

### BOM E BARATO

Os empresários do Prático Alimentos, Marcos Katsuyoshi e Giovanna Kira, também vislumbraram perspectiva de crescimento e há um ano e meio abriram o Prático Gourmet, no segmento de petiscaria, hamburgueria e restaurante. A decisão considerou três fatores: aumento da demanda por alimentos prontos; mudança do perfil dos clientes, que exigem mais

qualidade; e a possibilidade de oferecer preços acessíveis.

Além da experiência que tinham no mercado com cortes especiais de carnes, os empresários contavam com receitas desenvolvidas ao longo de anos para estimular a venda de produtos no Prático Alimentos. O cardápio ficou recheado com pratos executivos, opções de chapas de carne, porções, saladas e lanches

com hambúrguer caseiro e pão crocante artesanal.

Katsuyoshi destaca ainda um 'ingrediente' que considera essencial, o preço justo. Por isso, o Prático Gourmet oferece pratos a partir de R\$ 14,90 e lanches a partir de R\$ 9,90. O estabelecimento tem 11 funcionários fixos, incluindo um chef de cozinha, e cinco *freelancers* aos finais de semana.

LÂMPADAS

LED+ ECOLÓGICA  
+ ECONÔMICA

**ELETROBRASIL**  
MATERIAIS ELÉTRICOS

[www.eleetrobrasilmaringa.com.br](http://www.eleetrobrasilmaringa.com.br)

Av. Brasil, 2.538

44 3227-2161



# Para mudar, é preciso querer



“Para mudar, é preciso querer”. A frase parece batida, mas é uma verdade. Quando queremos que algo aconteça, não adianta ficar repetindo a necessidade de se fazer. Quantos falam, falam e nada fazem. Pode até existir um sentimento sincero de mudança, mas sem ação, de nada vale, é apenas retórica.

O sentimento pela mudança tem que ser maior do que o sossego acomodado da permanência. Saber o que se esperar da atitude dos outros acalma os temerosos diante do desafio de rejeitar os vícios. E somos contribuintes desta vida cheia de maus hábitos.

Mas do que estou falando? Da corrupção, da falta de ética, do mau comportamento que vai além do mau uso dos bens e da máquina pública, além dos acúmulos de riqueza por meio do desvio de recursos públicos. Sempre reclamamos que é preciso tomar uma atitude, mas não agimos. Também praticamos nossa corrupção diária.

Diante de meus alunos, no ensino superior, sempre comento que se a educação fosse eficiente e exigisse deles o que deveriam cumprir, calculo que metade não estaria fazendo graduação, mal teria chegado ao ensino médio. Quantos alunos que reclamam são resultado do malfeito? A má educação que tanto reclamamos permite a ascensão do analfabeto funcional. O ser humano ruim encontra um ambiente facilitador e, depois de beneficiado, considera que deve combater o mal que o pariu.

No país há muitos problemas que escondem os verdadeiros responsáveis. Criticamos a saúde pública, a falta de segurança, a falta de estrutura no transporte, saneamento e energia. Temos uma quantidade imensa de reclamações diárias para nos colocar na condição de vítimas. Porém, a atitude e o engajamento em instituições e movimentos que desejam fiscalizar e exigir mudanças contam pouco com a

nossa presença.

Mesmo na nossa casa, nos ambientes em que vivemos, temos inúmeras coisas que desejamos mudar. O comportamento dos nossos filhos, a relação desgastada com quem está ao nosso lado, a falta de cuidado ou responsabilidade com o que administramos na vida íntima. Porém, em muitos casos pouco se conhece sobre as pessoas que nos rodeiam, sobre as necessidades reais de mudança e - ou - o que é mais difícil: reconhecer que a principal mudança deve partir de nós. Como é difícil reconhecer que as coisas são como são por causa de nossa falta de atitude, por nossa inércia.

Por isso tudo que argumentei considero a Operação Lava Jato, assim como a Operação Zelotes, um patrimônio moral da sociedade. Um exemplo de que mudar é possível. De que aqueles intocáveis podem ser pegos, presos, julgados e condenados. É possível iniciar uma limpeza no Brasil. Porém, a mais importante de todas as mudanças, de todas as limpezas, é a nossa capacidade de mudar nossas atitudes e, por consequência, nossa vida.

// **Gilson Aguiar** é graduado em História e mestre em História e Sociologia; é âncora e comentarista da Rádio CBN Maringá

# CRÉDITO EMPRESARIAL SICOOB

## ANTECIPAÇÃO DE RECEBÍVEIS DE CARTÕES

**Receba na hora o  
dinheiro das vendas  
com cartão de  
crédito.**

Operação sujeita à análise e aprovação de crédito.

Você pode vender a prazo no seu estabelecimento – **com cartão (MasterCard e Visa)**, e também cheque ou duplicata- que o Sicoob antecipa o recebimento da venda, creditando o valor na sua conta. Aproveite que o Sicoob oferece condições atrativas e contrate a Antecipações de Recebíveis. Com ela, você aumenta o capital de giro e faz sua empresa crescer.

**Segurança e agilidade para incrementar o seu capital de giro.**

Para encontrar uma cooperativa Sicoob mais perto de você, ligue 0800 642 0000.

Ouvidoria - 0800 725 0996 • Deficientes Auditivos ou de fala - 0800 940 0458 • [www.sicoob.com.br](http://www.sicoob.com.br)

  
**SICOOB**  
ASSOCIADO A VOCÊ.



Walter Fernandes

// Lazer e família

Roberta Tranquilini, da Filadélfia Assessoria de Viagens: mais da metade dos clientes são corredores que quase sempre unem esporte e turismo

# Cada um com a sua tribo

Empresas do mercado de esportes se aproximam de públicos específicos para impulsionar negócios  
// por **Natalia Gómez**

Se a segmentação é estratégica em muitos segmentos da economia, na área de esportes é uma questão de sobrevivência. Focar em públicos específicos tem garantido o crescimento de empresas que atendem o público em Maringá, desde as que atuam com corredores amadores ou profissionais até as que atendem esportistas sobre rodas ou equipamentos motorizados.

O clima e a geografia plana da cidade, aliados à maior preocupação com a qualidade de vida, ajudam a criar tribos de esportistas na região. Ganham os empresários que sabem acompanhar estes grupos em suas aventuras e fornecer o que precisam.

É o caso da empresária Roberta Tranquilini, sócia da

Filadélfia Assessoria de Viagens, que leva corredores para maratonas dentro e fora do Brasil. Além de organizar as viagens, Roberta acompanha os grupos e cuida da parte prática das corridas e do lazer.

Os cuidados incluem a retirada dos kits de corrida antecipadamente, enquanto os corredores descansam no hotel, e a realização de um jantar de massas na véspera da maratona. O serviço inclui até a participação na corrida para fotografar os clientes durante o evento.

## ESPORTE E LAZER

Segundo a empresária, este tipo de acompanhamento é importante porque muitos corredores viajam com as



#### // Vai vender bicicletas ergométricas

Lucenir de Fátima Oliveira, do Ponto das Bicicletas, até tentou vender patins e skates, mas clientes preferem lojas especializadas

famílias e gostam de unir a corrida a dias de lazer e turismo. "Parte dos clientes tem foco exclusivo na prova, mas 70% viajam para correr e curtir a cidade", conta. Entre os destinos realizados pela Filadélfia estão Rio de Janeiro/RJ, Curitiba/PR, Porto Alegre/RS, Bombinhas/SC, Foz do Iguaçu/PR, além das capitais do Chile (Santiago) e Argentina (Buenos Aires).

A agência começou a atuar com corredores há três anos. Até então atendia somente triatletas, devido à experiência de Roberta na organização de viagens para o marido, o triatleta Cesar Dalquano. De acordo com a empresária, a cultura da corrida está ganhando força em Maringá. Hoje este público representa 60% dos negócios da empresa.

O perfil do cliente, no entanto, é diversificado, e vai de jovens e casais de alto poder aquisitivo a um públi-

co que prefere roteiros econômicos, que incluem transporte de ônibus. "Já tivemos no mesmo grupo um dono de empresa e um participante de um clube mais simples que parcelou a viagem. Todos ficam no mesmo hotel porque quando entram na corrida não existem diferenças, todos têm o mesmo propósito e usam até o mesmo linguajar."

Mesmo com a crise, a empresária está otimista. Neste ano Roberta deve levar ao menos 30 maringenses para correr a São Silvestre, em São Paulo, mais do que os 20 que viajaram no ano passado. O grupo que participou da maratona no Rio de Janeiro este ano somou 70 corredores, ante 50 no ano anterior.

#### BICICLETA COMO TRANSPORTE

A cultura de praticar esporte em grupo também é forte entre os ciclistas de Maringá e promete crescer mais com o avanço das ciclovias

na cidade, segundo a proprietária do Ponto das Bicicletas, Lucenir de Fátima Oliveira, que está no mercado há 27 anos. Segundo ela, nos últimos meses foi visível o aumento na quantidade de ciclistas. "A promessa é grande", avalia a sócia da loja, que vende cerca de sete mil bicicletas por ano.

Segundo a empresária, clientes que utilizavam a bicicleta para passear ou fazer trilhas nos finais de semana começam a aderir ao uso para ir ao trabalho. "Hoje vemos profissionais, médicos e engenheiros, encostando carros", diz. A maior parte deste público tem mais de 50 anos. Para estar perto da clientela, o marido de Lucenir costuma formar grupos de ciclistas.

Ela conta que o perfil dos produtos também mudou e se sofisticou. Hoje o preço médio na linha para adultos é de R\$ 680, mas existem bicicletas de até R\$ 6 mil na loja.



Walter Fernandes

**// Estilo dita moda**

Na Inskate Shop, 70% das vendas são para clientes atraídos pelo estilo de vida do skate; na foto, Tiago Requena, João Ogawa e Rafael Alves de Souza

Uma tendência são as bicicletas retrô, que custam por volta de R\$ 2 mil. Apesar do visual antigo, são feitas de alumínio, com marchas e cores diferentes – bem diferente das originais, feitas de ferro e sem marchas.

Apesar do apetite dos esportistas, Lucenir registrou retração de 15% na demanda na primeira quinzena de junho. “O pessoal está assustado com a crise, e o frio não está ajudando”, afirma. Até junho, no entanto, as vendas ficaram estáveis em comparação ao mesmo período do ano passado. Enquanto as vendas sofrem, os serviços de manutenção realizados na oficina da empresa estão aquecidos, pois muitos clientes preferem consertar a comprar equipamentos novos.

A empresária já tentou vender patins e skates, mas desistiu devido à preferência dos clientes por

lojas especializadas. O máximo de diversificação foi a venda de bicicletas ergométricas e outros aparelhos de ginástica para uso doméstico, iniciada neste ano. Segundo ela, são produtos desejados pelos ciclistas para usar em casa quando chove ou faz frio.

**SKATE DITA MODA**

Outra empresa que está focando no poder da tribo é a Inskate Shop, que atua no mercado há 26 anos. Segundo o gerente, Rafael Alves de Souza, a empresa foca não apenas em skates e equipamentos, mas em produtos relacionados ao estilo de vida, como roupas e tênis. “O skate evoluiu e dita moda, por estar presente em comerciais e programas de televisão”, afirma.

A diferença é que o visual ‘largado’, com roupas mais soltas,

também evoluiu com a profissionalização dos praticantes e com os tecidos das confecções, que hoje permitem cortes mais ajustados e com aspecto um pouco mais social, segundo o gerente.

Na Inskate cerca de 70% das vendas correspondem a clientes atraídos pelo estilo de vida do skate, sendo que o restante corresponde a skatistas praticantes. “Os simpatizantes do *lifestyle* (estilo de vida, em inglês) têm poder de compra maior”, afirma. Seus clientes gastam R\$ 500 em um tênis ou em um skate comum, mas podem gastar mais de R\$ 650 em um *longboard*, que é um skate mais comprido usado para descer ladeiras.

Para impulsionar as vendas dos produtos de maior valor agregado, a loja decidiu se aproximar dos pais dos jovens skatistas. Segundo Souza,



### // Roupas e tênis são mais vendidos

A crise tem levado a Star Point a investir mais em produtos com giro mais rápido, diz o sócio Tiago Ramos

é importante que os pais entendam sobre segurança e saibam diferenciar um skate de qualidade, pois isso pode motivá-los a pagar mais por peças seguras. “Estamos desenvolvendo um projeto para ir para as ruas e abordar os pais, que muitas vezes nunca tiveram contato com o skate”, explica.

Apesar de Maringá ser considerada uma ótima cidade para a prática do skate, as vendas da Inskate recuaram neste ano devido à crise e à alta do dólar, que pressiona os itens importados. Para atrair os clientes, a loja instalou equipamentos de treinamento funcional que podem ser usados pelos consumidores, como barras e tatames. Com isso, pretende atrair praticantes ou simpatizantes para fortalecer a musculatura e as articulações para a prática segura do esporte. O programa foi batizado de

“mais skate por muito mais tempo”.

### FOCO EM GIRO ALTO

Outra empresa que procura estar sempre perto do seu público é a Star Point, que comercializa veículos motorizados e elétricos e produtos relacionados ao surfe e ao skate. O sócio Tiago Ramos conta que a empresa tem procurado apoiar festas e eventos de música, além de se comunicar com frequência pelas redes sociais.

O empresário, que administra outras franquias da marca em Londrina/PR e Curitiba/PR, conta que a linha de surfe é mais forte em Curitiba, enquanto em Maringá prevalece a cultura do skate. Segundo Ramos, as vendas da unidade local recuaram mais de 20% nos primeiros cinco meses deste ano em comparação ao ano passado e, por isso, a empre-

sa decidiu reduzir a equipe de cinco para quatro vendedores, além de modificar a estratégia de compras. “Estamos focando em produtos com giro mais rápido, principalmente calçados e vestuário”, conta.

Os produtos motorizados, que chamam atenção de quem passa em frente à loja, têm o papel de atrair os consumidores. No entanto, correspondem a uma parte pequena das vendas. Neste segmento, a relação pai e filho também aparece, uma vez que a maioria das compras é feita por pais que querem apresentar os filhos.

Sinal de que a identidade da tribo pode passar de geração em geração, ou pode fazer até o caminho inverso - de filho para pai. Sai ganhando o empresário que entende a identidade do freguês e o acompanha neste universo de tendências e estilos.



Benefícios exclusivos para associados ACIM.



# CERTIFICADO DIGITAL ACIM

**Mais segurança e agilidade  
para o seu dia a dia.**

Faça ou renove seu Certificado Digital na ACIM. Você ganha tempo assinando e validando digitalmente contratos, NF-e e CT-e. Tem acesso direto à Receita Federal e outros ambientes seguros da internet, dispensa o recolhimento de firma em vários processos e ainda reforça sua segurança em transações bancárias on-line. E, claro: associado tem descontos exclusivos e atendimento personalizado!

Para mais informações, entre em contato  
pelos números 0800 600 9595 ou 44 3025-9608.

# Tempo é aliado, não inimigo

Checar muitas vezes o email e redes sociais, perder o seu tempo e o do outro com focos, não ter objetividade... tudo isso pode estar minando o tempo

// por Valéria Willemann



Muitas vezes chegamos ao final do dia com a sensação de que não rendeu como gostaríamos. Ouvimos expressões como "o dia deveria ter mais que 24 horas" ou "nossa, como o dia passou rápido". Temos dificuldade de mensurar o tempo, vendo-o como inimigo. Temos dificuldade de priorizar tarefas e nos planejar da forma mais adequada (e lidar com os imprevistos, claro). Ou então não percebemos o que pode nos atrapalhar para que consigamos aproveitar melhor o tempo.

Saber administrar o tempo é também estar disposto a mudar o comportamento diante de pequenos vícios e atitudes. Trouxe algumas dicas para que o leitor possa refletir se essas falhas podem estar prejudicando a gestão de tempo:

- **Planejar:** você coloca imprevistos na agenda? Isso quer dizer deixar um tempinho livre para não ser pego de surpresa por uma visita de um cliente ou colega. Caso não tenha imprevisto, dá para adiantar tarefas do dia seguinte

- **Confirmar reuniões ou encontros:** é um hábito que muitas pessoas falham. Se há uma reunião marcada, é preciso ter certeza que a outra parte está ciente ou se lembra do compromisso (se necessita de deslocamento, aí sim

é imprescindível a confirmação)

- **Reuniões:** com que frequência são realizadas na empresa? Vale refletir se elas acontecem além da conta. O tempo ideal é em torno de 30 minutos. E não se esqueça de utilizar técnicas para que seja produtiva: horário, pauta, objetivo, participantes etc

- **Objetividade na fala/escrita:** contar tudo nos mínimos detalhes e ser repetitivo prejudica a gestão do tempo. Aprenda a sintetizar o pensamento. Vale lembrar que tomar o seu tempo e do outro com assuntos pessoais ou focos só tende a ser ruim. Em uma situação como essa, use 'jogo de cintura' para retomar o assunto sem perder o foco do que está sendo tratado

**Internet:** com que frequência você acessa redes sociais e verifica emails? Checar muitas vezes o email durante o dia é necessário mesmo? O uso excessivo das redes sociais faz com que você não perceba o quanto perdeu o precioso tempo que poderia ser gasto com filhos, cônjuge ou com você mesmo

**O tal cafezinho...** sim, ele é necessário para aquele stop de tarefas que exigem intensa concentração. Mas você já parou para contar quantos minutos leva esse intervalo? Às vezes os 5 ou 10 minutos planejados podem virar 30 minutos naquele bate-papo gostoso com o colega. Então, cuidado!

Lembre-se: o tempo pode ser seu aliado e não inimigo.

// Valéria Willemann é psicóloga na área organizacional, com MBAs em Gestão de Pessoas e em Gestão Empresarial; é consultora e instrutora da ACIM, Sebrae e de outras entidades



Arte regida com a perfeição e harmonia de todas as cores.

Rivaldo Tardiola  
Representante Autorizado  
44 9982-0050 - 44 3366-7016



Gráfica  
Regente

[www.graficaregente.com.br](http://www.graficaregente.com.br) | 44 3366 7000

## Ministro Ricardo Barros em reunião na ACIM

O ministro da Saúde, Ricardo Barros, esteve na ACIM em 24 de junho para participar de uma reunião com diretores da entidade, representantes de empresas da saúde e membros da Câmara Técnica de Saúde do Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá (Codem), num total de 200 pessoas.

No encontro, ele falou que entre suas prioridades à frente da pasta está melhorar a gestão e financiamento do setor. Falou sobre a importância do combate ao *aedes aegypti*, sobre as medidas para acalmar "a histeria em relação ao zika vírus para a Rio 2016". Segundo ele, um estudo da Universidade de Cambridge revelou que o risco de contaminação pelo vírus é de 1 caso para 500 mil pessoas. Em relação ao Mais Médicos, que tem milhares de cubanos trabalhando no Brasil devido ao programa, Barros falou que nos dois últimos editais houve apenas médicos brasileiros inscritos e que os novos editais estão sendo feitos em parceria com as associações da categoria para estabelecer os critérios de ingresso. Também disse ser contrário a eliminar o teto de despesas para funcionalismo, que é de 54%, mas que essa é uma decisão do



Walter Fernandes

governo Temer. E falou do *lobby* de fabricantes de medicamentos e equipamentos "para deixar tudo como está. O orçamento do Ministério da Saúde é de R\$ 110 bilhões, os estados gastam mais R\$ 70 bilhões com a saúde, os municípios gastam outros R\$ 60 bilhões e o setor privado consome R\$ 300 bilhões. Imagina o *lobby* que há para não se mudar uma vírgula".

O ministro respondeu a questionamentos, como reajuste da tabela do Serviço Único de Saúde e dívidas das Santas Casas.

## Posse no núcleo dos empresários nikkeys

O núcleo dos jovens empresários nikkeys, do programa Empreender, realizou solenidade de posse da diretoria. O evento foi em 8 de junho, na ACIM, e empossou Sílvio Saiti Romão Iwata na presidência, Júlio Tomita na vice-presidência e Cristiane Sayuri Takahashi como diretora financeira.

Na ocasião, Sergio Tinen ministrou palestra contando seu trabalho como responsável pela área comercial da TV Globo Internacional no Japão, entre 2005 e 2009, como CEO na Expo Premium e criador da Feira Expobusiness.



Walter Fernandes

## Feira Festas & Noivas será em agosto

Quem pretende se casar, está prestes a se formar ou quer conhecer fornecedores de produtos e serviços para festas, não pode deixar de ir à 10ª edição da Feira Festas & Noivas, que acontecerá em 2 e 3 de agosto, no Moinho Vermelho Buffet. O acesso é gratuito e o atendimento dos expositores dos cerca de 50 estandes será das 16 às 22 horas. Para evitar fila na entrada, o visitante poderá fazer o credenciamento por meio do [www.feirafestasnoivas.com.br](http://www.feirafestasnoivas.com.br). Há opção de manobrista, mas o serviço é pago. E o *food truck* do Boteco do Neco estará presente.

Para os empresários do setor, ainda restam poucos estandes para garantir a exposição na feira. Mais informações pelo telefone (44) 3025-9646.

# Lideranças de 11 cidades do MS na ACIM

Lideranças e empresários de 11 cidades ligadas à Federação das Associações Empresariais do Mato Grosso do Sul estiveram na ACIM em 6 de junho. Eles vieram conhecer projetos e a forma de interação entre a entidade, sociedade civil organizada e poder público. Foi uma oportunidade de trocar experiências, apresentar a ACIM e o funcionamento do Observatório Social de Maringá, Instituto Cultural Ingá, Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá, Noroeste Garantias, Sicoob e Conselho Comunitário de Segurança de Maringá, que estão sediadas no prédio da ACIM e recebem apoio da entidade. Também no mês passado a Associação Comercial recebeu a visita de lideranças de São Mateus do Sul/PR.



Walter Fernandes

## 25 anos do Copejem serão celebrados

A comemoração dos 25 anos do Copejem, o conselho de jovens empresários e executivos da ACIM, será em 19 de agosto, às 20 horas, no Moinho Vermelho. Além de ser um momento para reunir atual e antigas diretorias, no evento serão homenageados os ex-presidentes. Os convites para a festa custam R\$ 80 e podem ser adquiridos junto aos conselheiros do Copejem ou na secretaria da ACIM.

## Feijoada ACIM Mulher

Cerca de 350 pessoas participaram da 12ª edição da Feijoada ACIM Mulher, realizada pelo conselho de mulheres empresárias e executivas da ACIM, em 25 de junho, no Car Wash. Além de saborear o prato preparado no capricho, os participantes curtiram música ao vivo e puderam conhecer a linha de carros da Jeep. A feijoada teve patrocínio de A. Yoshii, Cocamar, Consórcio Triângulo, Dental Press, Fipal concessionária Jeep, Jorge Bischoff, Maringá Park, O Diário, PAM Saúde, Patrimonium, Sancor Seguros, Unicesumar e Sicoob.



Walter Fernandes



Walter Fernandes

## Jovem Empreendedor

O gerente regional da Plaenge em Maringá, Leonardo Fabian, foi eleito em 7 de junho o Jovem Empreendedor 2016, prêmio concedido pela ACIM, por meio do seu conselho de jovens empresários e executivos, o Copejem. Engenheiro civil pela Universidade Federal do Paraná, Fabian fez intercâmbio estudantil na Austrália e na França. É casado com a arquiteta Adriane e tem duas filhas. Ele nasceu em setembro de 1981 quando seu pai, Evaldo Fabian, coordenava a construção de uma fábrica da Coca-Cola no Rio de Janeiro.

Praticamente nasceu e se criou em um canteiro de obras. Na Plaenge, começou a trabalhar na regional de Cuiabá, nos departamentos de suprimentos, segurança do trabalho e na área comercial. Em 2007 assumiu o desafio de conduzir a abertura da regional em Maringá. Sua experiência somada ao espírito empreendedor ajudou-o a prospectar e conduzir a compra dos primeiros terrenos da construtora na cidade, sendo também responsável pela abertura da Central de Apartamentos Decorados.

Fabian foi escolhido por uma comissão julgadora do qual fizeram parte representantes da ACIM, Fiep, Sivamar, Sindicato dos Jornalistas, Prefeitura, Câmara Municipal, Codem e Maringá e Região Convention & Visitors Bureau.

O nome dele foi um dos indicados na primeira fase do processo, quando 12 entidades puderam indicar até três nomes de diretores ou executivos de empresas. A cerimônia de entrega da premiação será em 28 de outubro, no Moinho Vermelho. No ano passado o homenageado foi João Vitor Mazzer (Euphoria Eventos e Formaturas).



Divulgação

## Juiz ministra palestra

O Brasil registrou cinco milhões de novas causas trabalhistas em 2015. Conduzindo 35 audiências diariamente, o juiz do Tribunal Regional do Trabalho do Paraná Marlos Augusto Melek diz ver o desespero de empregadores que não sabem nem como vão honrar a folha de pagamento, quanto menos pagar uma reclamação trabalhista. "É uma verdadeira indústria trabalhista que penaliza empresas por causa de uma legislação da década de 40", afirmou o juiz. Ele discutiu o assunto na reunião de 30 de maio do Conselho de Administração da ACIM e também autografou exemplares do livro escrito por ele, 'Trabalhista! E agora?', que no mês passado estava entre os mais vendidos no Paraná na Livrarias Curitiba. A obra esclarece dúvidas com o intuito de impedir que as empresas sofram com as armadilhas da legislação e evitem grandes condenações. Melek disse que trabalhando há 11 anos como juiz "cansou de ver pequenas e médias empresas sofrerem grandes condenações por causa de detalhes ocultos na legislação". Segundo ele, os erros mais frequentes que geram demandas trabalhistas são os contratos de experiência, sistema de compensação de horas extras, acúmulos e desvio de função, intervalo intrajornada, permitir apelidos e chamar a atenção do funcionário em público. De cada cem processos que ingressam na justiça, apenas 13% são resolvidos.



Walter Fernandes

## Associado do mês

Há 12 anos, Ellen Borges é gestora de uma distribuidora da franquia Duzani - rede de lingerie de alta qualidade, com vendas no atacado. "Optei por trabalhar com esse segmento porque a venda de produtos para o público feminino está em constante crescimento. Estou muito satisfeita com os resultados", afirma.

A distribuidora atua com consultoras de vendas, que visitam as clientes em casa. "O que chama a atenção é que a maioria das vendedoras não vem por necessidade, mas por ter usado e gostado do produto e resolve vender para as amigas", comenta Ellen. No início de agosto a proprietária da franquia, Patrícia Zani, estará em Maringá para participar do evento de capacitação para consultoras, que será realizado na ACIM. A distribuidora fica na rua Conselheiro Tobias, 103, sala 1. O site é [www.duzani.com.br](http://www.duzani.com.br) e o fone é (44) 3028-5401.



Walter Fernandes

## Ponta de Estoque será neste mês

Das 10 às 22 horas de 13 a 16 de julho o Parque de Exposições Francisco Feio Ribeiro receberá milhares de consumidores em busca de bons descontos. É que nessa data será realizada pela ACIM e Sindicato do Comércio Varejista e Atacadista de Maringá e Região (Sivamar), com organização do ACIM Mulher, a 26ª edição da Feira Ponta de Estoque. Entre os cerca de 320 estandes estarão empresas de roupas femininas, para gestante, de ginástica, infantil, masculina e íntima, acessórios e móveis. O acesso à feira é gratuito, mas o estacionamento é pago com renda revertida para oito entidades sociais indicadas pela Secretaria Municipal de Assistência Social e Cidadania (Sasc).

## Sicoob repassa recursos

Dona da conta corrente número 001 do Sicoob Metropolitano, a ACIM tem uma grande parceria com a cooperativa de crédito, o que inclui patrocínio de eventos e condições diferenciadas em produtos e serviços para empresas filiadas à Associação Comercial. Em 6 de junho, representantes do Sicoob entregaram aos diretores da ACIM dois cheques, um referente à parceria de apoio a eventos e outro referente a sobras do resultado operacional de 2015 - todos os cooperados têm direito a um percentual dos lucros, conforme as operações realizadas.

Walter Fernandes



# Novos Associados da ACIM

21 de maio a 20 de junho

Implante Ingá  
 João Raimundo Móveis  
 Passi  
 Loira Morena  
 Luar Modas  
 Pamonha do Cezar  
 Santiago & Tourino Advogados  
 Jose Alderico Pereira Barbiero  
 Da Terra Alimentação Saudável  
 Maringá Forro  
 Mark Tattoo  
 GMG Ar Condicionado  
 Chácaras & Lazer  
 Só Peças Motor  
 Atelie Estilo  
 Pitanga Rosa  
 Haracu Nakajima  
 Angelika Favoretto  
 Dimontao  
 Arrazzus Estética e Cabeleireiros  
 Inspire Artesanal  
 Tereza de Amorim  
 Algodão Doce Kids Store  
 All Textil  
 Taty Hair  
 Duzani  
 Parada Obrigatória  
 Batata Recheada  
 R Bonriotto  
 Lojas Turco Doido  
 A R Visconcini Assessoria Administrativa  
 Du Anjos Atelier de Delícias  
 Jgaly  
 Jhony Rocco Lavalhos  
 Inga- Sofá Limpo Higienização a Seco  
 Eletro Técnica Maringá  
 Elisangela Pires de Souza  
 Oie Confeccões  
 Cida Modas  
 CM Colchões  
 Brasil Eventos  
 PwC  
 Ziani Nascimento de Carvalho  
 Maira  
 Com Motorista  
 Hard Skate Shop  
 Instituto Tomodati de Cooperação do Brasil  
 AB Assistência Técnica  
 Ferreira Pimenta Contabilidade  
 Encantos Modas  
 Conceito Shirt  
 Nosso Churro  
 Good Bike  
 Studio de Beleza Moça Bonita  
 Brasil Peças  
 Rafaela Psicóloga  
 Romer Comércio de Móveis  
 Hotel Fazenda Água Azul

# Cronograma de obras da Sanepar

Após os maringenses terem tido o abastecimento de água interrompido por uma semana devido a problemas no sistema de bombeamento e em parte da adutora de transporte de água bruta, que foram inundados, a Sanepar apresentou, em janeiro, um plano de ações para evitar que o problema se repita. Confira o andamento de cada obra/projeto:

OBRA/PROJETO	EM ANDAMENTO	CONCLUÍDA
Perfuração de quatro poços profundos (ampliando para 30% da população atendida por poços)	X	Em fase de testes
Implantação de anéis de reforço na rede para melhoria na distribuição	X (conclusão prevista para agosto)	
Implantação de reservatório de 2 mil m <sup>3</sup> no bairro Cidade Alta	X	
Estudo hidrológico para controle de possíveis inundações	X (relatório preliminar concluído)	
Implantação de sistema de monitoramento contínuo do nível do Rio Pirapó	X	X
Implantação de um novo Centro de Controle Operacional		
Aquisição de dois motores elétricos reserva com 1,5 mil cavalos de potência		Em fase de fabricação
Revisão do plano de contingência emergencial	X	
Aquisição de 7 conjuntos-motobombas submersíveis		Em fase de fabricação
Novos quadros de comando elétricos (Eletrocentros)	X (em fase de licitação)	

FONTE | Sanepar

## Aconteceu na ACIM

Em junho, na sede da ACIM, aconteceram 381 reuniões e eventos, com destaques para o treinamento na área de gestão para os membros do núcleo de Dentistas do programa Empreender, nos dias 4 e 18, e a reunião do Conselho do Comércio e Serviços que discutiu a segurança pública no dia 22.



## Conselheiras vão a Pomerode

Cerca de 20 conselheiras do ACIM Mulher estiveram em Pomerode/SC para uma visita técnica, em 17 e 18 de junho. Lá elas conheceram a fábrica da Trussardi, a Associação Comercial local, uma fábrica de chocolates, fizeram visita à Oxford Cristais, ao Museu do Marceneiro, Museu Pomerano, entre outros locais. Também almoçaram com o prefeito e secretários municipais da cidade.

## Ciliomar Tortola, da GTFoods, recebe prêmio

Sócio e diretor da GTFoods, Ciliomar Tortola receberá o prêmio Empresário do Ano em 22 de julho, às 20 horas, no Giardino Eventos - os convites, que custam R\$ 90, estão à venda na secretaria da ACIM, que é uma das organizadoras do prêmio junto com Sindicato do Comércio Varejista e Atacadista de Maringá e Região (Sivamar), Associação Paranaense de Supermercados (Apras) e Federação das Indústrias do Paraná (Fiep). Com quase 11 mil funcionários e 26 unidades, a GTFoods (antigo Frangos Canção) abate quase 750 mil frangos diariamente e é uma das seis maiores exportadoras de frango do Brasil, tendo produtos enviados para mais de 90 países.

O nome de Tortola foi escolhido, em maio, por uma comissão julgadora do qual puderam fazer parte, representantes das quatro entidades promotoras: prefeitura, Câmara Municipal, Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá, Sindicato dos Jornalistas - seção de Maringá e do Maringá e Região Convention & Visitors Bureau.

No ano passado o ganhador foi Carlos Walter Martins Pedro, da ZM Bombas.

# CENTRO DE TREINAMENTO

CURSOS DE JULHO/2016

## JULHO

- 4 a 7** Corel draw: ferramenta de marketing para sua empresa
- 11 a 14** Negociação avançada em compras
- 12 a 14** Secretária e recepcionista: desenvolvendo habilidades
- 13 a 21** CFI: curso de formação de instrutores
- 15 e 16** Mapeamento e indicadores de processo
- 18 a 21** Gestão de eventos
- 18 a 21** Líder coach e formação de times de alta performance
- 18 a 29** Departamento pessoal completo
- 19 a 22** Inteligência emocional e gestão de conflitos
- 19 e 20** Técnicas de entrevista
- 20 a 22** Contabilidade para não contadores
- 22 e 23** Assistente administrativo
- 25 a 28** Excel empresarial
- 25 a 29** Gestão da qualidade
- 26 a 28** Cobrança-abordagem e negociação com clientes inadimplentes
- 26 a 28** E-commerce: criação e gestão de loja virtual
- 26 e 27** Balances scorecard e Key performance indicators (KPI'S)
- 27 a 29** Excelência em vendas
- 26 e 27** Fundamentos em gestão financeira

## Eleições, “marqueteiros” e marketing

**/ Francisco Giovanni Vieira** é doutor pela PUC-SP, professor e pesquisador do Departamento de Administração da Universidade Estadual de Maringá. É autor de “Marketing: casos do cotidiano”



Desde que se iniciou o processo de redemocratização do país, a cada período eleitoral ocorre a mesma coisa: políticos procuram se cercar de diferentes profissionais que desenvolvem atividades que vão da definição de estratégias de campanha e realização de pesquisas de intenção de voto até o cuidado com a aparência pessoal e o modo como falam com os eleitores e expressam suas propostas. Isso é mais evidente para os políticos que disputam cargos majoritários, como de prefeito e vice-prefeito, cujas eleições serão em outubro.

Salvo exceções, eleitores, candidatos e, para piorar, a própria mídia têm por hábito não proceder a uma distinção sobre o tipo de papel que é desempenhado por cada um desses profissionais ou assessores. Mais que isso, é comum denominá-los “marqueteiros”. Trata-se de algo lamentável e que tem sido danoso tanto para

profissionais que exercem a atividade de propaganda e publicidade, quanto aos que exercem a atividade de marketing em diferentes organizações, com ou sem fins lucrativos.

Em termos específicos, marketing é reduzido à comunicação – diga-se de passagem, comunicação persuasiva de má fé, com fins espúrios, para mentir e enganar eleitores. Ao se referirem aos “marqueteiros” até se referem a marketing com o uso do artigo masculino definido: o marketing. Ocorre que marketing não é sujeito, não tem capacidade de agência. Esse é um viés infelizmente alimentado pela mídia ao realizar a cobertura das eleições.

Marketing também é comunicação, mas é mais que isso: envolve desde a pesquisa e estudo de produtos e serviços até o desenvolvimento, formatação e produção dos mesmos, incluindo distribuição, logística e precificação, por exemplo. A rigor, marketing tanto

é uma disciplina acadêmica quanto uma prática administrativa em organizações, que existe desde o início do século passado.

Profissionais de marketing, sejam eles praticantes ou acadêmicos, não são mentirosos ou ludibriam pessoas, por princípio ou definição. Mentir ou ludibriar independe do exercício da profissão e pode acontecer em qualquer atividade. Aliás, nunca é demais lembrar que as pessoas, pelo menos em tese, possuem capacidade de discernimento para fazer as próprias escolhas. Se isso não acontece como desejado para o pleno exercício da cidadania, não deveria ser algo imputado aos profissionais de marketing.

Talvez a tentativa de atribuir responsabilidade ao profissional de marketing por mazelas que existem na política brasileira seja mais uma manifestação daquilo que costumo chamar de cultura da transferência da responsabilidade, algo típico em nossa sociedade: a culpa nunca é minha ou sua; é sempre de outra pessoa.



Ano 53 n° 566 julho/2016. **Publicação Mensal** da ACIM, 44| 30259595 - **Diretor Responsável** José Carlos Barbieri, Vice-presidente de Marketing - **Conselho Editorial** Andréa Tragueta, Cris Schneider, Eraldo Pasquini, Giovana Campanha, Helmer Romero, João Paulo Silva Jr., Jociani Pizzi, Josane Perina, José Carlos Barbieri, Luiz Fernando Monteiro, Márcia Lamas, Michael Tamura, Miguel Fernando, Mohamad Ali Awada Sobrinho, Paula Aline Mozer Faria, Paulo Alexandre de Oliveira e Rosângela Gris - **Jornalista Responsável** Giovana Campanha - MTB05255 - **Colaboradores** Fernanda Bertola, Giovana Campanha, Graziela Castilho, Natália Gómez e Rosângela Gris - **Revisão** Giovana Campanha, Helmer Romero, Graziela Castilho - **Capa** Factory - **Produção** Textual Comunicação 44| 3031-7676 - **Editoração** Andréa Tragueta **CTP e Impressão** Gráfica Regente - **Contato Comercial** Sueli de Andrade 44| 88220928 - ESCREVA-NOS Rua Basílio Sautchuk, 388, Caixa Postal 1033, Maringá-PR, 87013-190, revista@acim.com.br - **Conselho de Administração** Presidente José Carlos Valêncio - **Conselho Superior** Presidente Marcos Tadeu Barbosa, **Copejem** Presidente Michael Tamura, **Acim Mulher** Presidente Nádia Felipe - **Conselho do Comércio e Serviços** Presidente Mohamad Ali Awada Sobrinho. Os anúncios veiculados na Revista ACIM são de responsabilidade dos anunciantes e não expressam a opinião da ACIM - A redação da Revista ACIM obedece ao acerto ortográfico da língua Portuguesa.



UNIMOS AS MÃOS QUE SEMEIAM PARA  
JUNTOS COLHERMOS PROSPERIDADE.



4 DE JULHO

DIA INTERNACIONAL DO COOPERATIVISMO

28 DE JULHO

DIA DO AGRICULTOR

A Cocamar celebra o Dia do Agricultor e o Dia Internacional do Cooperativismo em sua essência: juntos!

Porque, juntos, agricultores e cooperativas, há anos, somam esforços para o progresso da sociedade, transformam suas comunidades e trabalham duro para garantir um futuro sustentável para todos.



**cocamar**  
Cooperado e cooperativa crescem juntos

 cocamarcooperativa

WWW.COCAMAR.COM.BR

FEIRA  
**FESTAS  
& NOIVAS**



10ª EDIÇÃO

**Para todas  
as festas da  
sua vida**

**2 e 3 de agosto  
das 16 às 22h**

**Moinho Vermelho  
Av. Colombo, 8.700  
Entrada gratuita**

**EVITE FILAS!** Cadastre-se  
antecipadamente no site:  
[feirafestasnoivas.com.br](http://feirafestasnoivas.com.br)